

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2003). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. (2002). AN INTEGRATIVE APPROACH TO THE ASSESSMENT OF E-COMMERCE QUALITY. *Journal of Electronic Commerce Research*, 114.
- Berita Teknologi Informasi*. (2019, Juli 10). Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190709195545-185-410676/aplikasi-e-commerce-dan-online-travel-pilihan-milenial>
- Chiappetta, E. L., & Koballa, T. R. (2010). *Science Instruction in the Middle and Secondary Schools: Developing Fundamental Knowledge and Skills, 7th Edition*. Pearson.
- Erdini, N., & Susilo, W. H. (2015). Pengaruh Kualitas dan Promosi Website Terhadap Sikap User Seta Implikasinya Kepada Keputusan Penggunaan Website Portal (Studi Kasus Website Portal USEETV.com). *Jurnal MIX: Volume V, No. 3*.
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. (2017). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.com. *E-Proceeding of Management: Vol. 4, No. 1*, ISSN: 2355-9357.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review: Vol. 2 No. 1*, 7-23.
- Hermawan, K. (2009). *New Wave Marketing, The World is Still Round The Market is Already Flat*. Indonesia: Gramedia.
- Heuberger, A., & Möslein, K. M. (2016, Autumn/Winter). *ONLINE-OFFLINE*. Diambil kembali dari Open Service Lab: [https://openservicelab.org/wp-content/uploads/2017/07/170503\\_OSL-Notes\\_Issue-04-Ansicht.pdf](https://openservicelab.org/wp-content/uploads/2017/07/170503_OSL-Notes_Issue-04-Ansicht.pdf)
- HubSpot, I. (2019). *Website Grader*. Diambil kembali dari Website Grader: <https://website.grader.com/>
- Ibo, A. (2018, Januari 12). *Traveling ke Destinasi Instagramable Jadi Gaya Hidup Baru*. Diambil kembali dari Liputan6.com:

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3223560/traveling-ke-destinasi-instagramable-jadi-gaya-hidup-baru>

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Irshadi, F., & Hendayani, R. (2016). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengunjung Website MatahariMall.com. *E-Proceeding of Management: Vol 3, No. 3*, ISSN: 2355-9357.
- Junaidi. (2008, Mei 29). *Transformasi Data Ordinal ke Interval dengan Excel*. Diambil kembali dari Wordpress: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2008/05/29/transformasi/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lee, J. E., Goh, M. L., & Nazri, M. (2019). Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review: Vol. 3 No. 3*, 161-178.
- Loiacono, E. T., Watson, R. T., & Goodhue, D. L. (2002). WebQual™: A Measure of Web Site Quality. *AMA Winter Conference*.
- Maia, C., Lunardi, G., Longaray, A., & Munhoz, P. (2018). Factors and Characteristics that Influence Consumers Participation in Social Commerce. *Revista de Gestao*.
- Martinez, S. C., & Barreto, J. J. (2017). Destination Website Quality, Users' Attitudes and the Willingness to Participate in Online Co-Creation Experiences. *European Journal of Management and Business Economics: Vol 27 No. 1, 2018*, 26-41.
- Moeleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nugroho, A. K., & Sari, P. K. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *E-Proceeding of Management: Vol 3, No. 3*, ISSN: 2355-9357.
- Orenzi, B. (2019, Februari 24). *Statistik Pengguna Digital Dan Internet Indonesia 2019*. Diambil kembali dari BOC Indonesia:

<https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>

- Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 168-170.
- Phong, N. D., Khoi, N. H., & Le, A. N.-h. (2018). Factors affecting mobile shopping: a Vietnamese perspective. *Journal of Asian Business and Economic Studies: Vol. 25 No. 2*, 186-205.
- Prasetyo, A. E. (2016, Januari 4). *Debat Komunitas: Tiket vs Traveloka*. Diambil kembali dari TECHINASIA: <https://id.techinasia.com/talk/debat-komunitas-tiket-vs-traveloka>
- Pratama, A. H. (2018, November 16). *Kisah Pimpinan Pengembangan Produk Finansial Traveloka Mengembangkan PayLater*. Diambil kembali dari TECHINASIA: <https://id.techinasia.com/traveloka-paylater>
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli "Z"). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 52 No. 1*.
- Retherford, R. D., & Choe, M. K. (1993). *Statistical Models for Causal Analysis*. New York: John Wiley & Sons.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2013). *CARA MENGGUNAKAN DAN MEMAKAI PATH ANALYSIS (ANALISIS JALUR)*. Bandung: Alfabeta.
- Risyandi, O., & Zuliestiana, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Pengguna. *E-Proceeding of Management: Vol. 4, No. 3*, ISSN: 2355-9357.
- Rizal, A. (2019, April 27). *Populasi Pengguna Internet di Indonesia Terbanyak Ke-5 di Dunia*. Diambil kembali dari InfoKomputer: <https://infokomputer.grid.id/read/121708811/populasi-pengguna-internet-di-indonesia-terbanyak-ke-5-di-dunia>
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS, Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: PUSTAKA SINAR HARAPAN.
- Sari, F. M. (2019, Maret 31). *Dunia Serba Digital, Ini 7 Fakta Menariknya*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3928604/dunia-serba-digital-ini-7-fakta-menariknya>
- Sarwono, J. (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Sarwono, S. W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. Depok: Rajawali Pers.
- Sastika, W. (2016). PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WEBSITE E\_COMMERCE TRAVELOKA (Studi Kasus: Pengguna Traveloka di Kota Bandung Tahun 2015). *Seminar Nasional Teknologi Informas dan Komunikasi (SENTIKA) 2016*, ISSN: 2089-9815.
- Sebayang, D. (2016, Mei 29). *Pelayanan Mengecewakan dari Traveloka*. Diambil kembali dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/damirasue/574a35bf2e7a61df04e46d7d/pelayanan-mengecewakan-dari-traveloka>
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis: Vol. 9, No. 1*, ISSN: 2442-4943.
- Soetarno. (2004). *Ragam Budaya Indonesia*. Jakarta: Depdiknas.
- Sudirman, A. S. (2003). *Media Pendidikan Pengertian, Pengembangan dan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahid, D. (2015, November 29). *[Review] Traveloka, Pengalaman Menggunakan Biro Perjalanan dalam Genggaman*. Diambil kembali dari Media

- Konsumen: <https://mediakonsumen.com/2015/11/29/review/traveloka-pengalaman-menggunakan-biro-perjalanan-dalam-genggaman>
- Tampubolon. (1991). *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca*. Bandung: Angkasa.
- Traveloka. (2019, Agustus 28). Diambil kembali dari Wikipedia Ensiklopedia Bebas: <https://id.wikipedia.org/wiki/Traveloka>
- Traveloka. (2019). Diambil kembali dari Traveloka: <http://www.traveloka.com/>
- Triwijanarko, R. (2017, Maret 9). *Strategi Traveloka Untuk Selalu Diingat Ketika Traveling*. Diambil kembali dari Marketeers: <http://marketeers.com/strategi-traveloka-selalu-diingat-ketika-traveling/>
- Wardani, A. S. (2019, Mei 16). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Sentuh Angka 171 Juta*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3967287/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-angka-171-juta>
- Wilson, N., & Keni. (2018). PENGARUH WEBSITE DESIGN QUALITY DAN KUALITAS JASA TERHADAP REPURCHASE INTENTION : VARIABEL TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa: Vol. 11 No. 2*, 291-310.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods*. South Western: Cengage Learning.