

Daftar Pustaka

- Alief, M., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Public Relations Terhadap Brand Image (studi Kasus Pada Aston Braga Hotel & Residence Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Www.Traveloka.Com*. 8.
- Ardhi, B. M., Wijaksana, T. I., Sos, S., & Si, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Website Bukalapak Tahun 2019)*. 9.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). *An Integrative Approach To The Assessment Of E-Commerce Quality*. 3(3), 14.
- Board, O. E. (2019). *Oswaal Karnataka Puc Solved Papers Ii Puc Business Studies Chapterwise & Topicwise (For March 2020 Exam)*. Oswaal Books.
- Danisa. (2017). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Flashy Shop*.
- Huda, B., & Priyatna, B. (2019). *Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (Cms) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-Commerce*. 1(2), 8.
- Ihsan, M. I. R., Rezki, M., & Alamsyah, D. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Website Pada Keputusan Pembelian Pada Situs Shopee Menggunakan Metode Webqual4.0*. 7.
- Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018). *(Studi Pada Konsumen Pt. B)*. 9.
- Lado, Y. O., & Budiantara, M. (2018). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pegawai Negeri Sipil Dengan Pemahaman Internet Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Diy). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 4(1), 59.
- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(3).

- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Pt. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Puspita, N. (2020). Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Customer Relationship Management Pada Function Room Di Harris Hotel Sentul City Bogor. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 82–93.
- Riyanto, E. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Imc) Sekolah Dasar Islam Terpadu Di Karanganyar*. 19.
- Rizky, A., & Hidayat, R. (2017). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Pada Pt Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Gegerkalong Bandung Tahun 2017)*. 8.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rumastari, R. P., & Sunindyo, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Ngesrep Semarang)*. 7(2302), 25.
- Sastika, W., Suryawardani, B., & Hanifa, F. H. (2016, August). Analysis of Website Quality, Brand Awareness on Trust and its Impact on Customer Loyalty. In *2016 Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship*. Atlantis Press.
- Sastika, Widya. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce Traveloka*. 9.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rddan*. Alfabeta,Cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kuantitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Karmila, K., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Periklanan Pada Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indihome Di Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).

Yulianingsih, A., & Suryawardani, B. (2018). Pengaruh Experiental Marketing Dan Brand Awareness Tethadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(2).