

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014). *Building Strong Brands*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <http://apji.or.id/read/3/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Chinomona, R. & Dubihlela, D. (2014). "Does Customer Satisfaction Lead to Customer Trust, Loyalty and Repurchase Intention of Local Store Brands? The Case of Gauteng Province of South Africa". *Mediterranean Journal of Social Sciences:MCSEER Publishing, Rome-Italy*, 5(9), 23-32
- DailySocial. (2018). *Online Travel Agencies (OTA) survey 2018*. <https://dailysocial.id/research/online-travel-agencies-ota-survey-2018>
- Darma, P.S.B. & Wirawati, N.G.P. (2019). "Pengaruh Pendapatan Kamar dan Biaya Komisi Penjualan Terhadap *Average Room Rate* Hotel di Daerah Denpasar". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 27(3), 2129-2153
- Deloitte Indonesia (2019). *Deloitte Indonesia Perspectives*. Edisi Pertama, September 2019
- Edwar, M., Diansari, R.A.A. & Winawati, N.F. (2018). "The Factors That Affecting the Product Purchasing Decision Through Online Shopping By Students of Surabaya State University". *International Journal of Educational Research Review*. 3(4), 54-64.
- Gaffar F., V. (2007). *CRM dan MPR Hotel (Customer Relationship Management and Marketing Public Relation)*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS ver 23.0..* Semarang: BP Undip
- Haban, Y., Koleangan, R.A.M. & Kawung, G.M.V. (2017). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Dan Nilai Ekonomi Kebun Raya Bogor". *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*. 19(1), 1-19

- Haryanto, A.T. (2019). "Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial" *artikel inet.detik.com (online)*. <https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>. (diakses tanggal 11 November 2019)
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Hayu, R.S. (2019). "Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen *Millenial* Indonesia". *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*. 4(1), 61-69
- Hendriyati, L. (2019). "Pengaruh *Online Travel Agent* Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta". *Jurnal Media Wisata*, 17(1), 1-10
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R.C., Sari, S.R., Wibowo, I.A. & Made PW, P. (2018). "Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi *Go-Food*". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. 6(2), 240-249
- Hurriyati, R. (2014). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Indriani, I.A.D. (2016). "Analysis The Factors Influence Consumer Buying Decision On Online Shopping Clothing For Consumer In Manado". *Jurnal EMBA*. 4(1), 1166-1177
- Kamilullah, J., Kusyanti, A. & Aryadita, H. (2018). "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen *Online Shop* Dalam Pembelian Produk di Toko XYZ". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2(7), 2660-2669
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1 & 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12, Jilid 1 & 2. Jakarta: Indeks.
- Kristanto, K. dan Adiwijaya, M., (2018). "Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Leko". *AGORA*. 6(1), 1-10
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Lovelock, C.W. (2017). *Pemasaran Jasa*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

- Magdalena, M. (2014). "Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah KPR BTN Pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang". *Jurnal KBP*, 2(2), 240-256
- Malhotra, N.K. (2009). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jakarta: Indeks
- Mamik (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Nafisah, N. & Respatiwulan. (2019). "Analisis Faktor Indeks Harga Konsumen Kota Semarang". *Indonesian Journal of Applied Statistics*. 2(2), 113-126
- Nasution, A.E. & Putri, L.P. (2019) "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Online". *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) 2019*, 491-497
- Paewangi, H. & Muryati (2018). "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Sultra". *Jurnal Ilmu Manajemen*. 4(1), 68-80
- Peter, J.P. & Olson, J.C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9 Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Pohan, F.S. & Aulia, Z.F. (2019). "Kualitas Situs Web, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Tokopedia". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 13-22
- Pratomo, Y. (2019). "APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa". *Artikel tekno.kompas.com (online)*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>. (diakses tanggal 11 November 2019)
- Putri, R.D.H. & Susanta, H. (2017). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen Traveloka Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 301-308
- Riduwan. (2009). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Saragih, L.S. (2019). "Dampak *Online Travel Agent* (OTA) Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Pardede Internasional Hotel Medan". *Journal for Business and Entrepreneur*. 3(1), 36-48
- Saufika, A.A., Kusyanti, A. & Perdanakusuma, A.R. (2018). "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Melakukan

Transaksi Online Pada E-Commerce XYZ". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2(9), 2635-2643

Siregar, S. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Depok: Raja Grafindo Persada

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen*. Jakarta: Caps

Supranto J. 2010. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: UI Press.

Susanto, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sutisna & Sunyoto. (2013). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sudyasjayanti, C. & Setiobudi, A. (2018). "Dimensi Kualitas Layanan Pada Online Travel Agencies Di Indonesia". *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*. Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 450-459

Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.

Theresia, N.M.M.D. & Wardana, I.M. (2019). "Pengaruh Pengalaman Belanja Online, Kepuasan Pelanggan, Dan Adjusted Expectation Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Traveloka". *E-Jurnal Manajemen*. 8(8), 4899-4926

Thomas, V.F. (2019). "Survei Alvara: Traveloka Lebih Banyak Digunakan Milenial Ketimbang Tiket.com". *Artikel tirto.id (online)* <https://tirto.id/traveloka-lebih-banyak-digunakan-milenial-ketimbang-tiketcom-edXE> (diakses tanggal 14 November 2019)

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi

Tosepu, Y.A. (2018). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Surabaya: Jakad Publishing

Widowati, H.Y., (2016). "Analisis Faktor Pembentuk E-Loyalty". *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 1(2), 2477- 0574

Yuniarty & Abbas, B.S. (2018). "Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce pada PT. GRE". *Jurnal Manajemen Indonesia*. 18(2), 144-153