

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, gabriel F., & Tommy, A. (2019). *Pengukuran Kualitas Lama Website Universitas Dhyana Pura Menggunakan Metode Webqual 4.0*. 328–335.
- Alhasanah, J. U. (2014). *Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online ( Survei pada Konsumen www.getscoop.com)*. 15(2).
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. 6(1).
- Andika, B. (2016). *Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Lazada ( Studi pada Masyarakat Kota Yogyakarta )*.
- Anwar. (2017). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone oppo pada toko handphone mandiri medan*. (2), 217–226.
- Arifin, suci ramadhani, & Nugroho, E. (2013). *Analisis Kualitas Layanan Website Universitas Hasanuddin dengan Metode Webqual 4.0 Modifikasi*. 81–92.
- Ch, V. K. (2015). *Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and Mediating Role of Customer Satisfaction. Internasional Journal of Bank Marketing*.
- Chotimah, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Mobile Shopee*. 1–11.
- Darwin, S., & Sondang, Y. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Surabaya*. 2(1), 1–12.
- Dewi, W. S., Hasiolan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 2(2).
- Diana, L., & Arifin, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Website, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee dengan Kepercayaan Sebagai*

- Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Bumiayu Kota Malang)*. 42–55.
- Ekawaty, N., & Batu, reminta luban. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Situs Booking Online Traveloka*. 111–126.
- Farid, M. H. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Traveoka Berbasis Internet (studi pada penguana aplikasi online traveloka Universitas Lampung)*.
- Fauzi, M. I. (2018). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Melalui Kepercayaan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Prodi Manajemen Angkatan 2015 - 2018)*. 125–144.
- Gregg, D. G., & Walczak, S. (2010). *The relationship between website quality , trust and price premiums at online auctions*. 1–25. <https://doi.org/10.1007/s10660-010-9044-2>
- Hsu, C., Chang, K., & Chen, M. (2012). *The Impact of Website Quality on Customer Satisfaction and Purchase Intention: Perceived Playfulness and Perceived Flow as Mediators*. (313), 549–570. <https://doi.org/10.1007/s10257-011-0181-5>
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Webside, Kepercayaan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia*. 5(1), 56–68.
- Ishak, A. (2005). *Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasaran*. 3, 1–11.
- Karomah, R., & Arifin, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)*. 25–39.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua, Jakarta:Erlangga

- Kurniawan, R., & Kusumawati, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Website (webqual 4.0) Terhadap Kepercayaan pada Keputusan Pembelian pada Website e-commerce ( Studi pada Konsumen PT . B )*. 62(1), 198–206.
- Kusuma, bayu aji. (2020). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Toko Daring Shopee )*.
- Laely, N. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT . Telkomsel di Kota Kediri*. 3(2).
- Larasati, V., & Amelia, R. S. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffee Toffee Jatim Expo di Surabaya*. 2(2), 7–17.
- Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality , Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(08).
- Maharsi, S. (2003). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya*. 35–51.
- Marvi, A. (2016). **ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT . LYTO DATARINDO FORTUNA**. *Skripsi*.
- Napitupulu, D. B. (2016). *Evaluation of XYZ University Website Quality Based on Webqual Approach*. 14(1), 51–64. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2016.140105>
- Pardede, R. (2015). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen*. 10(1).
- Panday, R (2019). **METODOLOGI PENELITIAN TEORI DAN APLIKASI MENGGUNAKAN MULTIVARIAT**
- Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). *Kualitas situs web , kepercayaan , dan loyalitas konsumen Tokopedia*. 2(1), 13–22.
- Pradana, M., & Danisa, syafira N. (2016). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap*

- Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Flashy Shop*. 3, 250–260.
- Pratiwi, H. D., Silviandari, I. A., & Ilhamuddin. (n.d.). *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Secara Online*. 1–23.
- Priangani, A. (2013). *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. 2(4), 1–9.
- Puspitasari, A. N., & Kumadji, S. (2013). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Nilai yang Dipersepsikan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Online Shope Studi pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita www.iwearup.com*.
- Romlah, S., & Ratnawati, A. (2018). *Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Intraksi Layanan WEB*. 59–70.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee*. 10(2), 425–444.
- Santoso, budi setiawan. (2016). *Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Situs Kaskus*. (October).
- Saputri, M. eka. (2016). *The Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia*.
- Sasongko, E. N., & Rusgiyono, A. (2016). Penerapan Metode Structural Equation Modeling Untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terhadap Kualitas Website (Studi Kasus Pada Website Sia.Undip.Ac.Id). *Jurnal Gaussian*, 5(3), 395–404.
- Selang, C. A. D. (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. 1(3), 71–80.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). *Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop*. 8(2), 55–61. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55->

- Sidi, agus P. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kedai Hj. S Jl. Kesumba Kota Malang)*. 1–8.
- Soraya, I. (2015). *Pengaruh Promosi Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Cipaganti Travel*. VI(September), 11–23.
- Sudirman, A. (2017). *Pengaruh Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen pada PT. Sinar Siantar Sari Pematangsiantar*. 3(1), 1–9.
- Suhaily, L. (2017). Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust ( Study On Japanese Brand Electronic Product ). *Journal of Brand Management*, XXI(02), 179–194.
- Sullivan, Y. W., & Kim, D. J. (2018). International Journal of Information Management Assessing the effects of consumers ' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. *International Journal of Information Management*, 39(July 2017), 199–219. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.008>
- Umar, H. (2012). *Penelitian Kuantitatif*. 29–31.
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fasion Di Lazada*. 6(2).
- Yuniarta, F. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT . JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. VI(2000), 152–158.
- Zahro, S. F. (2019). *Pengaruh Produk, Kualitas Pelaynan, dan Religisitas Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BRI Syariah KCP Demak)*. *Skripsi*.
- APJII. 2018. *Penertasi Pengguna Internet*. Retrieved: 07 Maret 2020. [Apjii.or.id](http://apjii.or.id)
- Similar Web. 2019. *Persentase Pengunjung Situs Traveloka dan Traffic Overview*

*Traveloka. Retrieved: 07 Maret 2020.*

<https://www.semilarweb.com/website/traveloka.com>

*Traveloka. 2020. Bagian depan Aplikasi Traveloka. Retrieved: 11 Maret 2020.*

<https://www.Traveloka.com/en/>

*Traveloka 2020. Profil dan sejarah Traveloka. Retrieved: 28 MEI 2020*

[https://www.traveloka.com/.](https://www.traveloka.com/)

*Viva News. 2020. Perbandingan Harga ketiga Platfrom Terbaik. Retrieved: 11 Maret 2020.*

<http://www.vivanews.com/>

