

DAFTAR REFERENSI

- Abdalah, K. (2017). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek (Merek Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 5, No 2. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3957/3493>
- Amalia, N. R., & Saryadi, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online Tiket.COM . *Jurnal Ilmu Administrasi Binis* Vol 7, No 3. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21057>
- Amanda, S. (2021). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Top 5 E-Commerce Di Indonesia (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli). <http://repository.bakrie.ac.id/4589/>
- AMINI, E. A. (2022). Strategi Humas Traveloka Dalam Memperkenalkan Traveloka Eats. <http://repository.unj.ac.id/3455/>
- Andrian, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Ovo Payment (Studi Kasus: Generasi Milenial Di Jakarta). <http://repository.bakrie.ac.id/3954/>
- A. R. (2021). Analisis Efektivitas Marketing Public Relation Masa Hotel Dalam Membangun Brand Awarness.
- Ariesta, A. (2021, Agustus 05). Pendapatan UMKM Turun hingga 70 Persen, KADIN Berharap PPKM Ketat Tak Diperpanjang Lagi. Diambil kembali dari <https://www.idxchannel.com/economics/pendapatan-umkm-turun-hingga-70-persen-kadin-berharap-ppkm-ketat-tak-diperpanjang-lagi>
- Aulia, N. S. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Shopee.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, Marketing Communications*.

- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka).
- Dharmayana, I. A., & Rahanatha, G. B. (2017). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali.
- Diana, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Pemasaran Go – Food Pada Aplikasi Go–Jek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Jasa Go–Food (Survey Pada Mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Yogyakarta).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Jemadu, L. (2022, Februari 17). *Jumlah Pengguna Traveloka Diklaim Naik Berkat Fitur Reward Zone*. Diambil kembali dari <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/17/215740/jumlah-pengguna-traveloka-diklaim-naik-berkat-fitur-reward-zone>
- Kayode, O. (2014). Marketing Communication. In Ed1. London: Bookboon.
- Keller, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga..
- Khan, I., & Rahman, Z. (2014). Influence Of Experiential Marketing on Customer Purchase Intention: A Study of Passanger Car Market.
- Koesn, D. A. (2020, Agustus 25). *Jumlah Pelanggan E-Commerce Tercatat Meningkat 38,3% Selama Pandemi*. Retrieved from <https://tirto.id/jumlah-pelanggan-e-commerce-tercatat-meningkat-383-selama-pandemi-f1eP>
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. In 1. Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. Pearson Education.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Pahlevi, R. (2022, Maret 18). *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Diperkirakan Capai US\$137,5 Miliar pada 2025*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/18/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-diperkirakan-capai-us1375-miliar-pada-2025>
- Putri, V. A., & Suasana, I. K. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Strabucks Coffee (Studi Kasus Pada Konsumen Domestik Strabuks Coffee Di Wilayah Bali). 471.
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. JAKARTA: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saksono, E. H., & Rahayunianto, A. (2018). The Influence of Brand Equity Against Trust in Brand Users of Services Transportation Ojek Online Go-Jek. 23.
- Salam, E. (2017). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention (Survey pada Pelanggan Ozt Café and Steakhouse Bandung).
- Salomon, d. (2018). *Consumer Behavior Buying, Having, And Being* Edisi. 12th.
- Shamout, M. D. (2016). *The Impact of Promotional Tools on Consumer Buying Behavior in Retail Market*.
- Sofira Ayuni, d. (2020, Januari). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. Diambil kembali dari <http://data.bimakota.go.id/sites/default/files/publikasi/Analisis%20Hasil%20Survei%20Dampak%20Covid-19%20Terhadap%20Pelaku%20Usaha-min.pdf>
- Sudaryanto, N.A, S., I.N., A., D., W., & A., H. (2019). Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Consumer's Buying Decision Of Fast Moving Consumer's Goods With Culture As A Moderating Variable In Basmallah Retail Store In Indonesia.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Budi Utama.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan Dan Penelitian. Yogyakarta: CV.Andi.

Tjiptono, F. (2022). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi .