

## REFERENCES

- Mufarikkoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Retrieved from  
[https://www.google.co.id/books/edition/Statistika\\_Pendidikan\\_Konsep\\_Sampling\\_da/hknWDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=\(Mufarrikoh,+2020\)&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Pendidikan_Konsep_Sampling_da/hknWDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=(Mufarrikoh,+2020)&pg=PR4&printsec=frontcover)
- Devi, P.S. (2017). *Research Methodology (A Handbook For Beginner)*. Retrieved from  
[https://www.google.co.id/books/edition/Research\\_Methodology/IW4zDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=research+methodology&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Research_Methodology/IW4zDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=research+methodology&printsec=frontcover)
- Singh, Y.K & Bajpai, R.B. (2017). *Research Methodology Techniques and Trends*. New Delhi: S.B. Nangia.
- Shields, M. (2019). *Research Methodology and Statistical Methods*. Retrieved from  
[https://www.google.co.id/books/edition/Research\\_Methodology\\_and\\_Statistical\\_Met/p-PEDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Research+Methodology+and+Statistics&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Research_Methodology_and_Statistical_Met/p-PEDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Research+Methodology+and+Statistics&printsec=frontcover)
- Roever, C. & Phakiti, A. (2017). *Quantitative Methods for Second Language Research A Problem-Solving Approach*. Retrieved from  
[https://www.google.co.id/books/edition/Quantitative\\_Methods\\_for\\_Second\\_Language/tmUPEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=quantitative+research&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Quantitative_Methods_for_Second_Language/tmUPEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=quantitative+research&pg=PR4&printsec=frontcover)

rintsec=frontcover

Riyanto, S. & Hatmawan, A.A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen.*

Retrieved from

[https://www.google.co.id/books/edition/Metode\\_Riset\\_Penelitian\\_Kuantitatif\\_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Riyanto+%26+Hatmawan&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Riyanto+%26+Hatmawan&printsec=frontcover)

Angkoso, S. P & Rahmanto, A.N (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Pelayanan Bidang Akademik Kepada Mahasiswa.* Jawa Tengah : Universitas Sebelas Maret.

Setiadi, E. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada PT. Kharisma Sukses Gemilang.* Medan: Universitas Buddhi Dharma

Dilasari, Y.S.R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store di Kota Magelang.* Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang

Primadasa, Y.G. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee.* Bekasi: Universitas Pelita Bangsa

Christsatya, T & Soekotjo, R.H (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Penjualan Tiket Online.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 7, Nomor 9,

September 2018

Enre, A. & Hutagalung, D.S. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar*. Riset & Jurnal Akuntansi Volume 4 Nomor 1 Februari 2020

Mulyati, Y. & Gesitera, G. (2020). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. Padang: Universitas Dharma Andalas

Wibisono, E.S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo*. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.

Wijaya, N.T. & Widodo, A. (2020). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND TRUST KONSUMEN ONLINE TRAVEL AGENT TIKET.COM*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume 13, No 1, Februari 2020

Dwomoh, G. & Luguterah, A.W. (2020). *Hoteliers' human resource strategies for business sustainability during Covid-19 pandemic in Ghana*. Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR), Vol. 14 Issue 3

Irawan, R. & Selfi (2020). *The Effect of E-service Quality and Price on Online Purchase Intention During Covid 19*. Jakarta: Institut Transportasi dan Logistik Trisakti

Siregar, R.F. (2019). *Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Bukalapak Pada Mahasiswa*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan:*  
Universitas sumatera utara medan.

Lestari, R. (2018). *Factors Affecting Online Hotel Booking Intention (A case study of Pegi-Pegi)*. Bekasi: President University

Ahrens, R. D. B & Lirani, L.D.S (2020). *Construct Validity and Reliability of the Work Environment Assessment Instrument WE-10*. Int. J. Environ. Res. Public Health 2020, 17, 7364

Soeprajitno, E.D & Ichsanudin (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Ekuivalensi* Vol.4 No.2 Oktober 2018

Ratnasari, W. (2018). *Analisis Kinerja Karyawan Ditinjau dari Gaya Kepemimpinan, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja pada Koperasi Simpan Pinjam Arto Makmur Nganjuk*. Kediri: universitas nusantara PGRI Kediri

Showkat, N. & Parveen, H. (2017). *Non-Probability and Probability Sampling*. India: Aligarh Muslim University.

Fitriyani, I. & Munandar, A. (2020) *Analisis Biaya Modal Terhadap Tingkat Pengembalian Investasi Pada PT. Mitra Adiprakasa, Tbk*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 7 No. 2 Oktober 2020

Yapson, A.B. (2020). *The Importance of Food Safety Practice Towards Street Food Vendors Product Hygiene at Fun Taste Street, Medan Night Market, Medan*. Medan: Universitas Pelita Harapan

Taniva,V. (2020). *The Influence of Online Reviews Toward Customers' Booking Intentions at Cambridge Hotel Medan*. Medan: Universitas Pelita Harapan

Yenti (2020). *The Influence of Working Environment Towards Employees' Performance at Kantor Pusat PT Bank Mestika Dharma, tbk*.  
Medan: Universitas Pelita Harapan

Indarsih, P. & Sudodo, Y. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online*. Jurnal Manajemen dan Bisnis VOL.2 NO12019

