

REFERENCES

- Arbaini, P. & Wahab, Z. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating dan Review Terhadap keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. 22-35.
<https://103.164.116.247/index.php/jbm/article/download/3897/2202>
- BeritaSatu.com. (2020, December 15). Bisnis Online Travel agent Diyakini Membaik di 2021. beritasatu.com. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/709821/bisnis-online-travel-agent-diyakini-membaik-di-2021>
- Dwitama, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, dan E-Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Pada Konsumen Rentang Usia Produktif Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Jawa Timur).
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/7450/6430>
- Fajar, M., Susandy, G., & Apriandi, D. W (2019). E-Trust and E-Service Quality Influence on E-Loyalty Users of Bni E-Banking in Subang District. JABI (Journal of Accounting and Business Issues).
- Fathin, R. F. & Millanyani, H. (2021). COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Pemesanan Hotel TRAVELOKA. 709-722.
<https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/download/3045/1980/>

- Google. (2021). E-Conomy SEA 2021. https://services.google.com/fh/files/misc/indonesia_e_economy_sea_2021_report.pdf
- Halila Titin Hariyanto, H. T. & Trisunarno, L. (2020). A234-A239. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. <https://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/56728/6300>
- Harli, I. I. and Mutasowifin, A. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. 558-572. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/download/205/184>
- Kompas.com. (2022, July 8). Survei: 44 Persen Orang Pakai aplikasi travel online untuk rencanakan Liburan Halaman all. KOMPAS.com. <https://travel.kompas.com/read/2022/07/08/173300627/survei--44-persen-orang-pakai-aplikasi-travel-online-untuk-rencanakan-liburan?page=all>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2017). Principle of Marketing 17e. <http://rezakord.com/uploads/91b0c5c8c158421fa332a449c435e1b4.pdf>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). Principles Of Marketing, Eight European edition. <https://dl09.zlibcdn.com/dtoken/18bc196b4f6b46ec344ef97262beef40>

- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sneth, J. N., & Shainesh, G. (2021). Marketing Management, Sixteenth Edition. <https://www.pdf2go.com/result#j=5e7ef555-7455-4d91-90b2-144c9e229c29>
- Larasati, N. H. (2020, June 9). Arti Kredibilitas Dan Jenisnya Menurut Para Ahli. Diadona.id. <https://www.diadona.id/career/arti-kredibilitas-dan-jenisnya-menurut-para-ahli--200609v.html>
- Leavy, P. (2017). Research Design Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches. <https://dl08.zlibcdn.com/dtoken/86e8980f130e1b48a83fd726f6a62531>
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan E-Loyalty dalam Konteks E-Commerce BLIBLI. Analisis antara E-Service Quality, E- Satisfaction, dan E-Loyalty dalam Konteks E-Commerce BLIBLI, 11.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J., Thurasamy, R., Chuah, F. & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2020/08/Memon-et-al_JASEM_-Editorial_V4_Iss2_June2020.pdf
- Mone, R. (2022, January 5). Pariwisata Nasional Kembali Bergerak, Bisnis Online Travel agent Catat Pertumbuhan Hingga 40% di 2021. MNews.

<https://mnews.co.id/read/fokus/pariwisata-nasional-kembali-bergerak-bisnis-online-travel-agent-catat-pertumbuhan-hingga-40-di-2021/>

Muchtarom, M. A. (2018). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA 2018). 113-115.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/15446/11634>

Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak.

Quesenberry, K. A. (2019). Social Media Strategy Marketing, Advertising, and Public Relations In the Consumer Revolution.
<https://p303.zlibcdn.com/dtoken/ad2bc364e8e0b9773e0b30809c84cbed>

Ramdani, D. (2020, July). Pengertian Kepercayaan (trust), Hal penting, Elemen Dasar, Manfaat Kepercayaan, Dan Cara Menumbuhkannya.
<https://www.sosial79.com/2020/07/pengertian-kepercayaan-trust-hal.html?m=1>

Ratih. (2020, August 16). Mengenal Kualitas Pelayanan Secara lengkap. Tambah Pinter.
https://tambahpinter.com/kualitas-pelayanan/#Kualitas_Pelayanan_menurut_Philip_Kotler

Rich, R. C., Brians, C. L., Manheim, J. B. & Willnat, L. (2018). Empirical Political Analysis Quantitative and Qualitative Research Methods, Ninth

Edition.

<https://dl09.zlibcdn.com/dtoken/8038e4ec8d1306001cc0883c33eb0a21>

Rosyidin, D. M. & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh E-service Quality dan Trust

Terhadap Keputusan Pembelian Pada TRAVELOKA.COM (Studi Pada

Konsumen TRAVELOKA.COM Kota Semarang).

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/27187/2381>

1

Sativa, A., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service

Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel

Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia).

Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods for

Business Students, Eighth EDITION.

<https://p303.zlibcdn.com/dtoken/aff3df8ccc1ddf36154bdea69f8acaed>

Setyawan, A. D. (2018). Analisis Pengaruh E-service Quality Melalui E-

satisfaction terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey pada

konsumen Guten.inc).

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14250/08%20naskah>

[%20publikasi.pdf?sequence=21&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14250/08%20naskah%20publikasi.pdf?sequence=21&isAllowed=y)

Setyowati, D. (2018). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian

melalui E-trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Situs

BukaLapak di Kota Semarang).

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/26331/2327>

9

Sianipar, F. A. H. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang).

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/32431/261>

19

Suryani, M. & Adawiyah, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19.

<https://journal.formosapublisher.org/index.php/fjmr/article/download/416>

/290

Wakhidah, E. N. (2018). Pengaruh Harga, Promotion dan Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs TRAVELOKA.COM. 48-57.

<https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/download/11/10/>

Yulianingsih, A. (2020). Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). Pengaruh Brand Image dan E-service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada TIKET.COM. 60-72.

https://drive.google.com/uc?id=1okTZK6CwMHDk6SoMrqGi2_Tiw8G

SueZ1&export=download

Zebua, F. (2018, February 22). Laporan DailySocial: Survei Online Travel Agencies 2018. *dailysocial_anniv*. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, Seventh Edition. <https://swab.zlibcdn.com/dtoken/39ab08a2951d599548616b988952e2e9>

