

DAFTAR PUSTAKA

- (2015). "Online Travel Agent Semakin Jadi Andalan Perjalanan Tanah Air". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <https://www.beritasatu.com/food-travel/311491-%09online-travel-agent-semakin-jadi-andalan-perjalanan-tanah-air.html>
- Agarwal, R., Karahanna, E. (1998). *On The Multi-Dimensional Nature of Compatibility Beliefs in Technology Acceptance*. Unpublished, Department College of Business, The Florida State University.
- Alfhasari. (2018). "Perjalanan Pertama Bersama tiket.com". Diunduh pada 22 Februari 2019, dari <https://kumparan.com/alfhasari/perjalanan-pertama-bersama-tiket-com-27431110790541449>
- Alfhasari. (2018). "Perjalanan Pertama Bersama tiket.com". Diunduh pada 22 Februari 2019, dari <https://kumparan.com/alfhasari/perjalanan-pertama-bersama-tiket-com-27431110790541449>
- Ali Hasan. (2008). *Marketing. Media Utama*. Yogyakarta.
- Al-Qeisi, K., Dennis, C., Alamanos, E., & Jayawardhena, C. (2014). "Website Design Quality and Usage Behavior: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology". *Journal of Business Research*, 67 (11), 2282-2290.
- Amin, M. (2016), " Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty ", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 Iss 3 pp. 280 - 306
- Aria, Pingit. (2018). "Penjualan Tiket.com Melonjak Saat Ramadan". Diunduh pada 22 Februari 2019, dari <https://amp.katadata.co.id/berita/2018/05/23/penjualan-tiketcom-melonjak-saat-ramadan>
- Aria, Pingit. (2018). "Penjualan Tiket.com Melonjak Saat Ramadan". Diunduh pada 22 Februari 2019, dari <https://amp.katadata.co.id/berita/2018/05/23/penjualan-tiketcom-melonjak-saat-ramadan>
- Aritonang Lerbin R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bayu. (2015). Tiket.com Menerima Top Brand Award dan Consumers' Choice 2015. Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://blog.tiket.com/tiket-com-menerima-top-brand-award-dan-consumers-choice-2015-2/>
- Bayu. (2015). Tiket.com Menerima Top Brand Award dan Consumers' Choice 2015. Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://blog.tiket.com/tiket-com-menerima-top-brand-award-dan-consumers-choice-2015-2/>
- Belch, G.E. & Belch, M.A. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective (6th Edition)*. New York: McGraw Hill.

- Chang, H.H. & Chen, S.W. (2008). "The Impact of Online Store Environment Cues on Purchase Intention, Trust, and Perceived Risk as A Mediator". *Journal Department of Business Administration, National Cheng Kung University Taiwan, Vol. 32 No. 6.*
- Chau, P. Y. K., and Hu, P. J. H. (2001). "Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach." *Decision Sciences, 32(4), 699-719.*
- Chitty, W., Barker, N., & Shimp, A.T. (2005). *Intergrated Marketing Communications.* South Melbourne, Victoria: Thomson.
- Clow, K.E. & James, K.E. (2011). "Souce Credibility, Visual Strategy and The Model in Print Advertisements". *Journal of Marketing Development and Competitiveness University of Louisiana.*
- Djati, S.P dan Darmawan, D. (2005). *Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan.* Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Erdem, T. & Swait, J. (2004). "Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice". *Journal of Consumer Research, 31, 191-198.*
- Fandy, Tjiptono, (2000). *Manajemen Jasa.* Yogyakarta.
- Firmansyah, Haris. (2017). "Sejarah Tiket.com Hingga Kini". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <http://www.ilmu.com/sejarah-tiket-com-hingga-kini/>
- Firmansyah, Haris. (2017). "Sejarah Tiket.com Hingga Kini". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <http://www.ilmu.com/sejarah-tiket-com-hingga-kini/>
- Gaffar, Vanessa. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation.* Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Hansemark, Albinsson, (2004). "Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees", *Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 14 Iss: 1, pp.40 – 57*
- Hernandez, J. M., dan Mazzon, J. A. (2007). Adoption of internet banking: proposition and implementation of an integrated methodology approach. *International Journal of Bank Marketing Vol. 25 No. 2 , 72-88.*
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta.
- Husna Nisrina. (2017). "Online Travel Agent Sebagai Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Public Relations Hotel". Diakses pada 25 Januari 2019, dari <http://binus.ac.id/malang/2017/10/online-travel-agent-sebagai-faktor-pendukung-dan-penghambat-strategi-komunikasi-pemasaran-public-relations-hotel/>
- Husna Nisrina. (2017). "Online Travel Agent Sebagai Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Public Relations Hotel". Diakses pada 25 Januari 2019, dari <http://binus.ac.id/malang/2017/10/online-travel-agent-sebagai-faktor-pendukung-dan-penghambat-strategi-komunikasi-pemasaran-public-relations-hotel/>

pendukung-dan-penghambat-strategi-komunikasi-pemasaran-public-relations-hotel/

- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Jayasingh, S., dan Eze, U. C. (2009). An Empirical Analysis of Consumer Behavioral Intention Toward Mobile Coupons in Malaysia. *International Journal of Business and Information* Vol.4 No.2 , 221-242.
- Jayasingh, S., dan Eze, U. C. (2009). An Empirical Analysis of Consumer Behavioral Intention Toward Mobile Coupons in Malaysia. *International Journal of Business and Information* Vol.4 No.2 , 221-242.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi. Widjana, Mahardika Aditya. (2010). *Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank Di Surabaya*. Thesis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Kotler and Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Lane, K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee-Yi Hsuan, Hsieh-Yi Chuan, and Hsu- Chia Ning, (2011), “ Adding Innovation Diffusion Theory of the Technology Acceptance Model: Supporting Employees Intentions to use E-Learning System”, *Educational Technology and Society*, vol 14 (4), 124-137.
- Levis, M., Brady, M., & Helfert, M. (2008). “Website Design Quality and Form Input Validation: An Empirical Study on Irish Corporate Websites”. *J. Serv. Sci. & Management, Vol. 1 Hal. 91-100*.
- Lim, K. S., Lim, J. S., & Heinrich, J. H. (2005). Structural Model Comparison of the Determining Factors for EPurchase. *Seoul Journal of Business*, 11(2), 120-144.
- Lin, H.-F. (2007). Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories. *Electronic Commerce Research and Applications* 6 , 433–442.
- Loureiro, S.M.C. & Amorim, M. (2017). “Customers’ Online Interaction Experiences with Fashion Brands: E-Information and E-Buying”. *Journal E-Business State of The Art of ICT Based Challenges and Solutions*.
- Loureiro, S.M.C. & Amorim, M. (2017). “Customers’ Online Interaction Experiences with Fashion Brands: E-Information and E-Buying”. *Journal E-Business State of The Art of ICT Based Challenges and Solutions*.
- Lui, H.K., dan Jamieson, R. 2003, TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer electronic commerce, 16th Bled E-Commerce Conference Transformation Bled, Slovenia, June : 349-364.
- Ming, K. (2013). “Evaluasi Kualitas Website Ditinjau dari Kepuasan User dengan Web Analytic (Studi Kasus Pada Website Majalah Livingetc Indonesia)”.

- Mohamad, Ardyan. (2012). "Tiket.com dan GarudaYana sabet Indigo Award'12". Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://www.merdeka.com/teknologi/tiketcom-dan-garudayana-sabet-indigo-award12.html>
- Mohamad, Ardyan. (2012). "Tiket.com dan GarudaYana sabet Indigo Award'12". Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://www.merdeka.com/teknologi/tiketcom-dan-garudayana-sabet-indigo-award12.html>
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrul, Erdy (ed.). (2015). "Tiket.com Jamin Keamanan Transaksi". Diunduh pada 28 Maret 2019, dari <https://www.republika.co.id/berita/koran/belanja-koran/15/12/07/nyzgps1-tiketcom-jamin-keamanan-transaksi>
- Nasrul, Erdy (ed.). (2015). "Tiket.com Jamin Keamanan Transaksi". Diunduh pada 28 Maret 2019, dari <https://www.republika.co.id/berita/koran/belanja-koran/15/12/07/nyzgps1-tiketcom-jamin-keamanan-transaksi>
- Ndubisi, N. O., dan Jantan, M. (2003). Evaluating IS usage in Malaysian small and medium-sized firms using the technology acceptance model. *Logistics Information Management* Vol. 16 , 440-450.
- Nistanto, Reska K. (2019). "Riset: Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen". Diakses pada 21 Maret 2019, dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/11420097/riset-penetrasi-internet-indonesia-naik-jadi-56-persen>
- Nistanto, Reska K. (2019). "Riset: Penetrasi Internet Indonesia Naik Jadi 56 Persen". Diakses pada 21 Maret 2019, dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/11420097/riset-penetrasi-internet-indonesia-naik-jadi-56-persen>
- Nurfadilah, Putri Syifa. (2018). "Kaleidoskop 2018: Start Up Unicorn Indonesia Panen Duit dari Investor." Diunduh pada tanggal 24 Febuari 2019, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/26/060000626/kaleidoskop-2018--start-up-unicorn-indonesia-panen-duit-dari-investor>
- Nurfadilah, Putri Syifa. (2018). "Kaleidoskop 2018: Start Up Unicorn Indonesia Panen Duit dari Investor." Diunduh pada tanggal 24 Febuari 2019, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/26/060000626/kaleidoskop-2018--start-up-unicorn-indonesia-panen-duit-dari-investor>
- Olsina, L., Covella, G., & Rossi, G. (2006). "Web Quality". Retrieved from: link.springer.com: https://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-28218-1_4.
- Philip Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Prasaja. (2017). "Tiket.com Rebranding, Bukan Sekedar Ganti Logo". Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://campaignday.com/story/tiket-com-rebranding-bukan-sekedar-ganti-logo/>

- Prasaja. (2017). "Tiket.com Rebranding, Bukan Sekedar Ganti Logo". Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://campaignday.com/story/tiket-com-rebranding-bukan-sekedar-ganti-logo/>
- Prodjo, Wahyu Adityo. (2018). "Tiket.com Catat Kenaikan Penjualan Kamar Hotel Sebesar 250 persen". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <https://travel.kompas.com/read/2018/08/30/200000327/tiket.com-catat-kenaikan-penjualan-kamar-hotel-sebesar-250-persen>
- Prodjo, Wahyu Adityo. (2018). "Tiket.com Catat Kenaikan Penjualan Kamar Hotel Sebesar 250 persen". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <https://travel.kompas.com/read/2018/08/30/200000327/tiket.com-catat-kenaikan-penjualan-kamar-hotel-sebesar-250-persen>
- Rachman, Nanda Aulia (2018) "Natali Ardianto: Pendiri Tiket.Com dan Pionir Startup Lokal Di Tanah Air". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <https://www.kinibisa.com/inspirasi/detail/pengusaha/natali-ardianto-pendiri-tiket-com-dan-pionir-startup-lokal-di-tanah-air>
- Rachman, Nanda Aulia (2018) "Natali Ardianto: Pendiri Tiket.Com dan Pionir Startup Lokal Di Tanah Air". Diunduh pada 25 Januari 2019, dari <https://www.kinibisa.com/inspirasi/detail/pengusaha/natali-ardianto-pendiri-tiket-com-dan-pionir-startup-lokal-di-tanah-air>
- Rakhmat, J. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rao, R. (2012). "Brand Credibility and Brand Involvement as An Antecedent of Brand Equity: An Empirical Study". *Asia-Pasific Journal of Business, Kangwon National University*.
- Rogers, E.M. (1962) *Diffusion of Innovations*. Free Press, New York.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior 9th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Senecal, S. & Nantel, J. (2004). "The Influence of Online Product Recommendations on Consumers' Online Choices". *Journal of Retailing*, 80(2), 159-169.
- Siagian, H. & Cahyono, E. (2014). "Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop". *Jurnal Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Vol. 8 No. 2*.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryanto, Iman. (2017). "Perkuat Eksistensi tiket.com Hadirkan Logo Baru". Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/imansuryanto/perkuat-eksistensi-tiketcom-hadirkan-logo-baru-1>
- Suryanto, Iman. (2017). "Perkuat Eksistensi tiket.com Hadirkan Logo Baru". Diunduh pada 28 Januari 2019, dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/imansuryanto/perkuat-eksistensi-tiketcom-hadirkan-logo-baru-1>

- Taylor, S., dan Todd, P.A., 1995. Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research* 6 (4), 144-176.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset*. Yogyakarta.
- Tri Atmojo, Yuniarto. 2006. *Mengukur Kepuasan Pelanggan. Articles of Interest*.
- Tunggal, A. W. (2008). *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Jakarta : Harvindo.
- Venkatesh, V dan Davis, Fred D. 1996. “A Model of The Perceived Ease of Use: Development and Test.” *Decision Sciences*, 27 (3), p.451-481.
- Wang, Y., Lo, H.P., Chi, R. and Yang, Y. (2004) ‘An Integrated Framework for Customer Value and Customer-Relationship-Management Performance: A Customer-Based Perspective from China’, *Managing Service Quality* 14(2–3): 169–82.
- Wang, Y., Lo, H.P., Chi, R. and Yang, Y. (2005) ‘An Integrated Framework for Customer Value and Customer-Relationship-Management Performance: A Customer-Based Perspective from China’, *Managing Service Quality* 14(2–3): 169–82.
- Yoo, B. & Donthu, N. (2001). “Developing A Scale to Measure The Perceived Quality of An Internet Shopping Site (SITEQUAL)”. *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, Vol. 2 No. 1 Hal. 31-46.
- Zamroni, Moch. (2018). “Tampilan Baru Web Tiket.com 2018”. Diunduh pada 21 Maret 2019, dari (<https://medium.com/tiket-com-product-team/tampilan-baru-web-tiket-com-2018-325750ee0113>)
- Zamroni, Moch. (2018). “Tampilan Baru Web Tiket.com 2018”. Diunduh pada 21 Maret 2019, dari (<https://medium.com/tiket-com-product-team/tampilan-baru-web-tiket-com-2018-325750ee0113>)
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). “Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge”. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30 No. 4 Hal. 362-375.
- Zhang, P. & Dran, G.V. (2001). “Expectations and Rankings of Website Quality Features: Results of Two Studies on User Perceptions”. *Proceedings of The Hawaii International Conference on Systems Science (HICSS 34) Syracuse University*.