

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Wiwin, & Syafari. (2014). *PENGARUH PERCIEVED EASE OF USE DAN PERCIEVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION TO USE E-WALLET (STUDI PADA MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Amijaya, G. R., & Rahardjo, S. T. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).
- Anderson, R.E., & Srinivasan, S. S. (2003). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DAN E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada TOP 3 Toko Online C2C)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Andeson & Srinivasan. (2003). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN ECUSTOMER SATISFACTION*
- Aritonang, Lerbin R. (2005). Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 8(2).
- Ba & Pavlou. (2002). Pengaruh dimensi kepercayaan (trust) terhadap partisipasi pelanggan E-commerce. *Universitas Brawijaya Malang*.
- Bartet et al. (2005). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN-E, KEPUASAN-E, DAN KEPERCAYAAN-E TERHADAP KESETIAAN-E PADA GOJEK*.
- Chang. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 140-152.
- Cheung & Lee. (2005). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN ECUSTOMER SATISFACTION*
- Cyr. (2008). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Minat Loyalitas* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Cyr. (2009). *Komponen Website Design Quality Sebagai Pembentuk Trust Dan Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap Intention Dan Behavior Konsumen: Studi Pada Online Travel Agent di Indonesia* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MS Quarterly* (online), Vol. 13(3), 318.
- Davis. (2020). *PERCEPTION OF EASIENES IN USING FINTECH IN MSMEs. ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 4(02), 207-215.

- Flavian, Gurrea, & Orus. (2009). Pengaruh website design quality dan kualitas jasa terhadap repurchase intention: Variabel trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 291-310.
- Gefen, Athanasopoulou & Giovanis. (2014). PENGARUH E-TRUST TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA WEBSITE TRAVELOKA Di KABUPATEN TABALONG. *JAPB*, 2(1), 194-206.
- Gefen. (2000). Pengaruh dimensi kepercayaan (trust) terhadap partisipasi pelanggan E-commerce. *Universitas Brawijaya Malang*.
- Griffin. (2005). DESAIN MODEL HUBUNGAN E-SERQUAL, E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Sogan Batik Yogyakarta).
- Häubl, G., & Trifts, V. (2000). Consumer decision making in online shopping environments: The effects of interactive decision aids. *Marketing science*, 19(1), 4-21.
- Hur, Youngji . Ko Yong Jae., Valacich, Joseph. (2011). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction Melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 240-255.
- Irawan. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Emosional Pelanggan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 140-152.
- Istijanto. (2007). ANALISIS STANDARISASI DAN KUSTOMISASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK MANDIRI CABANG UNY YOGYAKARTA.
- Jogiyanto. (2007). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Jones et al. (2011). PENGARUH WEB DESIGN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK FESYEN (Survei pada Pengunjung Website ZALORA Indonesia di Kota Bandung). *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 9-20.
- Kassim, N. dan Abdullah, NA. 2010. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan yang Dirasakan di Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, dan Kesetiaan dalam 77 Pengaturan E-commerce. *Asia Pasific Journal of Marketing dan Logistik*. Vol. 22 No 3, PP. 351-371.
- Kenyon & Sen. (2015). ANALISIS PENGARUH TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPATHY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JNE CABANG PALEMBANG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE MDP).
- Kim et al., Athanasopoulou & Giovanis. (2014). PENGARUH E-TRUST TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA WEBSITE TRAVELOKA Di KABUPATEN TABALONG. *JAPB*, 2(1), 194-206.
- Kotler & Keller. (2008). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN ECUSTOMER SATISFACTION

- Kotler & Keller. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Kotler & Keller. (2012). Pengaruh service quality, trust, dan consumer satisfaction terhadap consumer loyalty pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Kotler. (2001). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). *Journal of Management*, 4(4).
- Lee & Lin. (2005). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PRODUCT DIVERSIFICATION TERHADAP E-SATISFACTION DAN CUSTOMER TRUST, SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CUSTOMER LOYALTY: TELAHAH PADA BHINNEKA. COM.
- Liaw. (201). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Minat Loyalitas* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Lim et al. (2001). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI RISIKO MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE
- Lovelock & Wright. (2007). KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN LISTRIK PRA BAYAR. *IKATAN SARJANA EKONOMI INDONESIA*.
- Luan, M. G. et al. (2018) 'Hubungan Kinerja Perawat dengan Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap RS Tk. III 04.06.03 Dr. Soetarto Yogyakarta', *Jurnal Ilmiah Keperawatan Indonesia*, 1(2), pp. 9–28.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 133-144.
- Margaretha. (2003). brand image, perceived value, promotion, 3 Kualitas sebuah produk atau jasa saat ini harus diukur dalam kerangka kepuasan pelanggan. Ini sesuai dengan kunci memenangkan persaingan dalam pasar global yang menekankan pada kualitas produk, kualitas biaya/harga, kualitas pelayanan, kualitas penyerahan tepat waktu, kualitas dan mungkin bentuk–bentuk.
- Mowen & Minor. (2002). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Mukherjee & Nath. (2007). PENGARUH KUALITAS LAYANAN-E, KEPUASAN-E, DAN KEPERCAYAAN-E TERHADAP KESETIAAN-E PADA GOJEK.
- Oliver & Ribbink, D. (2014). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction Melalui e-Service Quality Pengguna Goride Kota Semarang. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 240-255.

- Oliver (2010). Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada penerbangan low cost carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 1(2), 127-138.
- Oliver. (1981). DESAIN MODEL HUBUNGAN E-SERQUAL, E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Sogan Batik Yogyakarta).
- Oliver. (1997). DESAIN MODEL HUBUNGAN E-SERQUAL, E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Sogan Batik Yogyakarta).
- Parasuraman, A., Zeithmal, V.A & Berry, L.L.. (1998). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening pada asuransi jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-12.
- Parasuraman. (2001). Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk LionStar Di Modern Market Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 4(2).
- Pavlou, P.A. (2003), "Consumer acceptance of electronic commerce – integrating trust and risk with the technology acceptance model", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 No. 3, pp. 101-34.
- Pearson. (1996). Pengaruh persepsi kualitas pelayanan e-commerce terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pada produk fashion. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 14(2), 67-80.
- Ponirin. (2011). Pengaruh E-Servqual dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction pada Marketplace E-Commerce di Indonesia.
- Raminto, dan Atik Septi Winarsih. (2005). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Ranganathan, Ganapathy, Razak et al. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.
- Ribbink, D., Riel, A. C. R. Van, Liljander, V., & Streukens, S. (2004). Comfort your daring customer: quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality*, 14(6), 446–456.
- Rousseau et al. (1998). Pengaruh persepsi konsumen dan kepercayaan terhadap penggunaan jasa asuransi pada asuransi Jasindo Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Rousseau, D.M., Sitkin, S.B., Burt, R.S. and Camerer, C.F. (1998),
- Sam & Tahir. (2009). Pengaruh website design quality dan kualitas jasa terhadap repurchase intention: Variabel trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 291-310.

- Sheth & Mittal. (2012). *STUDI TENTANG MEMBANGUN LOYALITAS NASABAH JP BONDING ASURANSI JASARAHARJA PUTERA (Nasabah PT Asuransi Jasaraharja Putera di Semarang)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Sian Yet. (2013). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA PO. SINDORO SATRIAMAS SEMARANG.*
- Srinivasan, S.S., Anderson, R.E. and Ponnayolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing*, Vol. 78 No. 1, pp. 41-51.
- Sunyoto, Danang., dan Susanti, E.F. (2015). "Manajemen Pemasaran Jasa". Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service
- Supriyanto & Ernawaty. (2010). *HUBUNGAN KNOWLEDGE DAN PERCEPTION GAP DENGAN KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP RS SEMEN GRESIK.*
- Swastha, B. (2000). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY, SYSTEM QUALITY, DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (Studi Pada Komunitas Bukalapak Ponorogo)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Szymanski & Hise. (2011). LP: Evaluasi Website dengan Webqual 4.0 untuk Meningkatkan Brand Awareness Penggunaan Website GKJW Waru.
- Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000), "E-satisfaction: an initial examination", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 3, pp. 309-22.
- Tam & Ho. (2005). *ANALISIS STANDARISASI DAN KUSTOMISASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK MANDIRI CABANG UNY YOGYAKARTA.*
- Thirumalai, S., & Sinha, K. K. (2011). Customization of the online purchase process in electronic retailing and customer satisfaction: An online field study. *Journal of operations management*, 29(5), 477-487.
- Tjiptono, Fandy dkk. (2014). "Pemasaran Jasa". Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tjiptono, Fandy dkk. (2016). "Service Quality and Satisfaction". Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset.
- Tjiptono. (2006). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA KAPAL PENUMPANG DAN BARANG DI DINAS PERHUBUNGAN KOTA TANJUNG PINANG KEPULAUAN RIAU (Studi Kasus Perpanjangan Sertifikasi Kapal Penumpang dan Barang) SKRIPSI. SKRIPSI.*
- Toufaily et al. (2013). *DESAIN MODEL HUBUNGAN E-SERQUAL, E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus Sogan Batik Yogyakarta).*
- Urban, G.L., Sultan, F. and Qualls, W.J. (2000), "Placing trust at the center of your Internet strategy", *Sloan Management Review*, Vol. 42 No. 1, pp. 39-48.
- Wang & Wu. (2011). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY, DAN KEPERCAYAAN ONLINE TERHADAP MINAT PEMBELIAN TOKO ONLINE DI TOKOPEDIA.*

- Wang, S et al. (1989). *PENGARUH PERCIEVED EASE OF USE DAN PERCIEVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION TO USE E-WALLET (STUDI PADA MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Wen et al. (2011). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kenikmatan berbelanja, pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen di situs jual beli online bukalapak. com* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Wolfinger, M. and Gilly, M.C. (2003), "EtailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality", *Journal of Retailing*, Vol. 79 No. 3, pp. 183-98.
- Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D. C., & Tarn, J. M. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China's younger generation. *Computers in Human Behavior*, 50, 9-24.
- Zeithaml V. (2002). Service Excellence in Electronic Channels, *Managing Service Quality*, 12, 3, 135-139.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Malhotra, A. (2000), "A conceptual framework for understanding e-service quality: implications for future research and managerial practice", working paper, report no. 00-115, Marketing Science Institute, Cambridge, MA.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2009). The relative importance of website design quality and service quality in determining consumers' online repurchase behavior. *Information Systems Management*, 26(4), 327-337.

file:///C:/Users/Asus/Downloads/24-1-113-3-10-20190213%20(3).pdf
<http://iswaraloka.blogspot.com/2019/03/pariwisata-budaya-sejarah-dan.html>
<https://theconversation.com/menyelamatkan-ekonomi-bangsa-dengan-industri-pariwisata-130217>
<https://www.beritasatu.com/fokus/pemerintah-genjot-industri-pariwisata>
<https://www.kompasiana.com/epras/5d418b4d097f366a40324a62/pemanfaatan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-pariwisata-indonesia?page=all>
<https://www.kompasiana.com/faisalfaliyandra/59b69c0e08e6ba2c71698812/indonesia-ranking-5-pengguna-internet-di-dunia-dan-antisipasi-dampaknya>
<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180929/12/843571/perkembangan-teknologi-kunci-pertumbuhan-travel>
<https://phinemo.com/cara-travel-agent-bertarung-di-era-digital/>
<https://travel.dream.co.id/news/kisah-di-balik-kesuksesan-salah-satu-ota-terpopuler-indonesia-161124c.html>
<https://setara.net/5-website-penyedia-booking-tiket-terbaik/>