

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, S., Ch, U., & Mulyati, N. A. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tiket Pesawat Online di Traveloka*.
- Alam, S., & Aslia, F. A. (2021). YUME: Journal of Management Kualitas Layanan dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 231–243. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.343>
- Alamat. (n.d.). *Universitas Islam Riau Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Alawiah, W., & Utama, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.17-34>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>

- Damayanti, D., & Sudarmanto, G. E. F. (2021a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Keamanan Transaksi, Dan Loyalitas Perusahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Online Pada Aplikasi Traveloka. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(2), 37–46. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i2.271>
- Damayanti, D., & Sudarmanto, G. E. F. (2021b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Keamanan Transaksi, dan Loyalitas Perusahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Online Pada Aplikasi Traveloka. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(2), 37–46. <https://doi.org/10.32477/jrm.v8i2.271>
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v6i1.7336>
- Dwi Cahya, A., Eddy Prabowo, R., & Stikubank Semarang, U. (2023). The Influence Of Promotions, Online Consumer Reviews, And Brand Image On Purchasing Decisions (Study On Shopee E-Commerce Users In Central Java Pengaruh Promosi , Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5667–5677.
- Ekowati, S., & Finthariasari, M. (n.d.). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eleven Cafe Bengkulu* (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis>
- Ernawati, R. (2021a). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

- Ernawati, R. (2021b). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Erysca Durado, J., & Nova, M. (n.d.). Pengaruh E-Service Quality dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Milenial Pada Layanan Traveloka The Influence of E-Service Quality and Promotion on Purchase Decisions of Millennial Consumers on Traveloka Services. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 02(5), 1236–1240. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i5>
- Faridah, F., Nurlina, N., & Widowati, R. (2023). Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 258–267. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4547>
- Febriani, E., Rahmizal, M., & Aswan, K. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(4), 333–343. <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i4.557>
- Fransiska, I., & Madiawati, N. (n.d.). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung Analysis Of The Effect Of Price, Promotion, Service Quality, And Brand Image On Purchasing Decisions On Shopee Users In Bandung.
- Hidayat Susilowati, I., & Camelia Utari, S. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek MAMA Kota Depok. 6(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Indriany, Y., Sintesa, N., & Darmawan, D. (2023). Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Online Travel Agent (Traveloka, Tiket.Com, Agoda, Dan Pegi-Pegi). *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 431. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.659>
- Institut, A. P., Islam, A., Laa, N., Bogor, R., Institut, D. J., Prasetyo, A., & Islam, I. A. (2019). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian*

- Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret.* 2(2), 150.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.345>
- Iswara, K. A., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di Tiket.Com*  
*The Effect Of Prices And Promotions On Airplane Ticket Purchase Decisions On Tiket.Com.*
- Karir, P., Akuntan, S., Mahasiswa..., P. B., Lukman, H., & Winata, S. (n.d.).  
Lukman dan Winata: Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik Bagi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour. In *Jurnal Akuntansi: Vol. XXI* (Issue 02).
- Kualitas, P., Dan, L., Terhadap, H., Pada, P., Studi, G., & Kecamatan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/mpu.v12i1.867>
- Kualitas, P., Promosi, D., Pembelian, K., Shinyoku, L., Sinar, C. V, Pekanbaru, A., Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). *The Effect Of Product Quality, Price, And Promotion On Purchase Decision Of Shinyoku Lights At Cv. Sinar Abadi Pekanbaru* (Vol. 7, Issue 2).  
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Kualitas Pelayanan, P., Produk, K., & Store Atmosphere Terhadap Ade Pratiwi Keunggulan Bersaing Pada Usaha Resto Ayam Presto Cabe Hijo Di Kota Stabat, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online Pada Mahasiswa Universitas Bumi Persada Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2).
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

- Lubis, A. Z., Nahulae, L. L., Anggraini, N. M., Adawiyah, R., Islam, U., Sumatera, N., & Harga, P. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang*. 9(204), 2022–2025.
- Made, N., Dewi, S. M., Ketut Kusumawijaya, I., & Triatma Mulya, U. (2022a). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konsumen Di Kantor Penjualan Garuda Indonesia Cabang Puputan Denpasar. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 4, Issue 1).
- Made, N., Dewi, S. M., Ketut Kusumawijaya, I., & Triatma Mulya, U. (2022b). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konsumen Di Kantor Penjualan Garuda Indonesia Cabang Puputan Denpasar. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 4, Issue 1).
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>
- Mahendra Ardiansyah, W. (2023). *Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital*. <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (n.d.). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.

- Mulyati, D. A. (n.d.). *Pentingnya Teknologi Sebagai Media Informasi dan Layanan Pada Website Digital Traveloka*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Nursiti, N., & Syafarudin, S. (2023). Harga Dan Promosi Berdampak Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 75–84. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v6i1.1344>
- Oleh, D., Ermawati, N., Persyaratan, U., Dan, P., Tugas, P., Sebagai, A., Proses, A., & Strata, S. (2022). *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode E-Servqual Proposal Tugas Akhir*.
- Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam Pada Usaha Travel Mobil Pt. Tsalatsa Putri Abadi Travel Tembilahan*. (n.d.).
- Panjaitan, P. D., Purba, D. G., & Nainggolan, N. (2024). *Analisis Pengaruh Modal, Volume Penjualan, Dan Harga*. 6(1), 39–45.
- Parianti, I., M, N. T., & Blush, H. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen*. 7(3), 203–211.
- Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Traveloka di Semarang)*. (n.d.).
- Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. (n.d.).
- Perbankan, J., Fakultas, S., Dan, E., & Islam, B. (2021). *Analisis Mekanisme Pembiayaan Murabahah Bil Al-Wakalah Dalam Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Bsi Kcp Ponorogo Cokroaminoto Skripsi Diajukan*

*Untuk Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.*

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)*. 3(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Perusahaan, K., Kasus, S., Cv, P., & Sukses, K. (2023). *Abbas Dkk 2023*. 2(6), 2253–2274.
- Puji Astuti, I., Anggresta, V., Studi Pendidikan Ekonomi, P., & Ilmu Pengetahuan dan Pendidikan Sosial, F. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan*. 3(2), 2022.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Rahmadanni, M., Nuringwahyu, S., Nikin Hardati Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, R., & Ilmu Administrasi, F. (2021a). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com. *Jiagabi*, 10(1), 102–109.
- Rahmadanni, M., Nuringwahyu, S., Nikin Hardati Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, R., & Ilmu Administrasi, F. (2021b). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs traveloka.com. In *JIAGABI* (Vol. 10, Issue 1).
- Raisya<sup>1</sup>, C. B., & Millanyani<sup>2</sup>, H. (n.d.-a). *Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di Website Traveloka Pada Masyarakat Kota Depok Analysis The Effect Of Sales Promotion Toward Flight Tickets Purchasing Decisions Process On The Traveloka Website In Depok Citizen*.
- Raynaldy Gilbert Perdana. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat Pada Maskapai Lion Air di Bandar Udara Soekarno-Hatta. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2507–2522. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.338>

- Rinaldi, M., & Nanang Prayudyanto, M. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan*, 1(1), 2021.
- Rizka Renata Kurnia Putri Affandi. (2023). Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Alokasi Belanja Modal Tasikmalaya. *6681(6)*, 488–497.
- S, A. S. K. (2024). Strategi Persaingan Harga dan Kualitas Upaya Dalam Peningkatan Omzet Di Toko Shaqueena Big Size Collection. *1(4)*, 125–130.
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).
- Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023a). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store. *Center of Economic Students Journal*, 6(2), 127–140. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>
- Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023b). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store. *Center of Economic Students Journal*, 6(2), 127–140. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>
- Sia, I. E. A., Yani, N. W. M. S. A., & Susanti, L. E. (2023). Pengaruh brand image dan promosi traveloka terhadap minat beli kamar hotel di kabupaten badung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(1), 232–247. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.297>
- Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Kota Medan. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 68–82. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i1.337>



- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Sudarmanto, D. D. dan G. E. F. (2021). *Online Pada Aplikasi Traveloka*. 8(2), 37–46.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Tambah, A., Sarjana, P., Kristen, U., Wacana, K., Petamburan, G., Barat, J., Layanan, K., & Konsumen, K. (2022). Konsumen Pada Pengguna Traveloka. *Jurnal Ekobis* 45, 1(1), 1–7.
- Utami Putri Ramadany, D. (2021). *PENGARUH E-TICKET DAN PROMOSI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET AIRASIA (Studi Kasus pada Rute Penerbangan Jakarta-Denpasar)*. 3(1), 67–87. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Wahyuni Amelia, R., & Purnama, T. (2023). Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return on Assets Pada Pt Ace Hardware Indonesia Tbk Periode Tahun 2012-2021. *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation*, 1(1), 82–88.
- Wonua, A. R., Astaginy, N., & Saputri, R. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Di Kabupaten Kolaka iklan . Rangkaian promosi Ms glow dibuat secara minimalis serta melihat loyalitas dari calon. *Jurnal Riset Manajemen*, 1, 201–209.
- Yuni Widowati, A., & Budihartanti, C. (2019). *Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Traveloka Dengan Menerapkan Metode Tam (Technology Acceptance Model)*. 6(2).
- Yuniawati, Y., Ekonomi, F., Manajemen, P. S., Gunadarma, U., Ekonomi, F., Akuntansi, P. S., & Gunadarma, U. (2023). *Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ojek Online Grab Yuni Yuniawati Istichanah*. 2(4).