

## DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik E-Commerce 2019. In *Badan Pusat Statistik*.  
[https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/s\\_tatistik-e-commerce-2019.html](https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/s_tatistik-e-commerce-2019.html)
- Cindy Papyayanti. (2017). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Ojek Online Go-Jek (Studi Pada Pelanggan Di Kota Yogyakarta). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, No. 1, 37–44.
- Gunawan, B. (2002). Diklat Metodologi Penelitian. *Program Pascasarjana Satyagama Jakarta*.
- Hasyim, & Anindita, R. (2009). *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. UIEU-University Press.
- Jamaluddin, Misadora, M., & Andronicus, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Horasindo Wisatanusa Medan. *Jurnal Bisnis Net*, II(2), 44–50.
- Khairunnisa, S. N. (2020). *Informasi Lengkap Soal Refund dan Reschedule di Traveloka*. Kompas.Com.  
<https://travel.kompas.com/read/2020/04/11/152000827/informasi-lengkap-soal-refund-dan-reschedule-di-traveloka?page=all>
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Persepsi Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 NO.(3), 27–34.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN* (12 Jilid). elangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Prentice (ed.)). Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lee, S., & Lawson Body, A. (2011). Perceived Dynamic Pricing. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Nasrul, H. W., & Zulkifli, Z. (2019). Efek Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 307–316. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2161>
- Nooh, A. W. (2019). Peran Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rojer Dessert Sonder. *Jurnal EMBA*, 7(1), 341–350.
- Oktaviani, R. (2014). *Metode Penelitian*.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 3(September), 1617–1625.
- Rezeki, S., M, D. E. M., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 6(2), 9–20.
- Sari, D. K., & Paludi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Uccello. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Prentice Hall.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1, 755–764.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Edisi ke-2). PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). Pustaka Baru.
- Surianto, K. N., & Istriani, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta*. 978–979.
- Susiladewi. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Kupi Datu Banjarbaru*. 7(2), 45–65.
- Swasta, B., Dharmesta, & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tandiono, A., & Raymond. (2020). Kepuasan Pelanggan Pada Pt Panca Daya Sukses Effect Of Service Quality And Promotional Quality. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1997–2006.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Traveloka. (2020). *Informasi Terbaru Kebijakan Maskapai Terkait Coronavirus*. Traveloka.Com. <https://www.traveloka.com/id-id/help/flight/flight-info/flight-general-information/airline-policy-updates-regarding-coronavirus>
- Wasiman, recit pernada. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tiban Tiga Sekupang Kota Batam*. 5.
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172.