

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, B. J., Fadel Saleh, P., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021). *Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms*. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2>
- Awad, J. A. R., & Martín-Rojas, R. (2024). Digital transformation influence on organisational resilience through organisational learning and innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 69. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00405-4>
- Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>
- Barokah, S., & Albari, A. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Agoda di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4), 578–586. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i4.576>
- Bisnis.com. (2024). *10-ota-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-6-terancam-diblokir-kominfo*. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20240318/361/1750264/10-ota-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-6-terancam-diblokir-kominfo?>
- Cahyadi. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang*.
- Chandra, R. S. (2020). *PENGARUH EFFICIENCY, SYSTEM AVAILABILITY, FULFILLMENT, DAN PRIVACY TERHADAP LOYALTY MELALUI PERCEIVED VALUE PADA ONLINE TICKETING GARUDA INDONESIA DI SURABAYA*. <http://artikel-manajemen.blogspot.com>
- Databoks. (2021). *Traveloka, Aplikasi Pesan Hotel Pilihan Mayoritas Masyarakat pada Liburan Akhir Tahun*. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/48f38ec955d4302/traveloka-aplikasi-pesan-hotel-pilihan-mayoritas-masyarakat-pada-liburan-akhir-tahun>
- Fachrurazi, Rukmana, A. Y., Supriyanto, Syamsulbahri, & Iskandar. (2023). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Fahira, A., Inda, T., Rahma, F., & Syahriza, R. (2022). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION NASABAH BANK SUMUT SYARIAH* (Vol. 15, Issue 1).

- Fatimah, S., & Nosita, F. (2019). *ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN RAMAYANA BERBASIS EPIC MODEL PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE* (Vol. 11, Issue 1).
- Goodstats. (2025). *Traveloka Jadi Brand Online Travel Agent Terbaik di Indonesia Tahun 2025*. <https://data.goodstats.id/statistic/traveloka-jadi-brand-online-travel-agent-terbaik-di-indonesia-tahun-2025-m3T18>
- Gusty, M. M. (2024). *ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN FAMILY MART MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DENGAN PENDEKATAN AIDA (Studi Kasus Pada Instagram @familymartid)*.
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Musik Studio dengan Metode Servqual. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 19(2), 59–62. <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.33>
- Huang, Z., & Mou, J. (2021). Gender differences in user perception of usability and performance of online travel agency websites. *Technology in Society*, 66, 101671. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101671>
- Jayalakshmi, K. (2025). A Study on Consumer Behaviour Towards Online Travel Agency. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 8(1). www.tripadvisor.com.
- Komala, R., & Firdaus, A. (2020). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN MOBILE JKN TERHADAP KEPUASAN PESERTA BADAN PENYELENGGARA JAMINAN SOSIAL KESEHATAN*. 6, 188–199. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/attijarah>
- Kusumah, G. (2023). *Pengaruh Online Travel Agent terhadap Perubahan Pola Wisata*. Magister Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia. <https://mpar.upi.edu/pengaruh-online-travel-agent-terhadap-perubahan-pola-wisata/#:~:text=Definisi%20Online%20Travel%20Agent%20adalah,sesuai%20kebutuhan%20dan%20preferensi%20mereka>.
- Laksono, F. A., Hadi Wijoyo, S., & Perdanakusuma, A. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pengguna MyTelkomsel Dengan Menggunakan Model E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality (Studi Kasus : Pengguna Aplikasi MyTelkomsel Malang)* (Vol. 4, Issue 2). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3060>

- Lenaini, I. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Lunn, S. (2024). *Data Privacy in Online Transactions: Balancing Security and Convenience*. <https://www.icommercecetral.com/open-access/data-privacy-in-online-transactions-balancing-security-and-convenience.php?aid=94783>
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Mahadevan, K., & Joshi, S. (2022). Impact of E-Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Loyalty in Online Apparel Shopping in India. *Indian Journal of Marketing*, 52(12), 20–38. <https://doi.org/10.17010/ijom/2022/v52/i12/172560>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/svu73>
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa Article Info ABSTRACT. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 2774–2156.
- Mulianan, J., & Japiter, R. D. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG MAHASISWA DI SURABAYA DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PENERBANGAN ONLINE*.
- Niman, C. A. (2025). *ANALISIS E-SERVQUAL PADA APLIKASI TOKOPEDIA (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA)*.
- Ojasalo, J. (2010). E-service quality: A conceptual model. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(7), 127–143. <https://www.researchgate.net/publication/284894197>
- Paramita, C., Kresteno, S. G., & Indraningrat, K. (2025). Increasing Grab Customer Satisfaction Through E-Servqual: Efficiency, System Availability, Fulfillment, And Privacy. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal (IERJ)*, 3, 390–409. <http://shariajournal.com/index.php/IERJ/>
- Prasetyo, K. W., Pratamal, R. P., & Aditya, A. (2022). Analyzing e-Service Quality and e-Satisfaction Effects on Customer Loyalty at An Indonesian Digital Marketplace. *JOURNAL OF INFORMATICS AND TELECOMMUNICATION ENGINEERING*, 6(1), 126–134. <https://doi.org/10.31289/jite.v6i1.7265>
- Pratama, Y. D., & Dahlan, K. S. (2023). Peranan E-Service Quality dan E-Marketing Mix sebagai Penentu Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Industri E-Commerce Indonesia. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 061. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4231>
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

- dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Rahman, H. A. (2025). *PERANAN ONLINE TRAVEL AGENT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI HOTEL GRAND SAVERO HOTEL BOGOR*.
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., Jainuri, J., & Waruwu, H. (2021). The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty: Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465–473. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0465>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, E-SERVICE QUALITY, DAN REVIEW CONTENT TERHADAP MINAT BELI PADA UMKM PRODUK ORGANIK. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). *TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMIAH*.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Syahroni, M. I. (2022). PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 43(3).
- Tentang Agoda. (2025). <https://www.agoda.com/id-id/about-agoda/>.
- Tri Atmojo, J. J., & Widodo, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Loyalty melalui E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tiket.com. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 133. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v13i1.5092>
- Turang, A. J., Golung, A. M., & Pasoreh, Y. (2023). *Manfaat Klasifikasi Bahan Pustaka Di UPT Perpustakaan Untuk Temu Kembali Informasi Bagi Pengguna Khususnya Mahasiswa UNSRAT*.
- Wachyuni, S. S., Wiweka, K., Sahid, P., Doktor, P., & Pariwisata, K. (2020). KEPUASAN WISATAWAN DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE AGODA DALAM PEMESANAN HOTEL. In *Journal of Tourism Destination and Attraction* (Vol. 8, Issue 1).
- Wardhana, A. (2024a). *Importance Performance Analysis (IPA)*. <https://www.researchgate.net/publication/385077839>
- Wardhana, A. (2024b). *MODEL PENGUKURAN E-SERVICE QUALITY*. <https://www.researchgate.net/publication/384661017>
- We Are Social. (2025). *Digital 2025*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

- Wiatna, R. A., & Sanaji. (2022). *Pengaruh E-Service Quality terhadap Repurchase Intention melalui E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi E-Grocery*. <https://journal.inspirasi.or.id/index.php/nomicpedia>
- Yaya, L. H. P., Marimon, F., & Casadesus, M. (2025). Assessing e-service quality: the current state of E-S-QUAL. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(11–12), 1363–1378. <https://doi.org/10.1080/14783363.2012.728850>
- Yogatama, A. N., & Wardhanie, A. P. (2022). Peran E-Service Quality Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Melalui Penggunaan Aplikasi ShopeeFood. *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 3(2).
- Yougov. (2024). *Indonesia: Which online travel agencies are best at turning awareness to purchase intent in Q1 2024?* <https://business.yougov.com/content/49688-indonesia-online-travel-agencies-best-at-turning-awareness-to-purchase-intent-q1-2024>

