

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldebi, H., & Aljboory, N. (2017). The Impact of the Tourism Promotion-Mix Elements on the Foreign Tourists' Mental Images of the Jordanian Tourist Destinations (A Field Study). *International Business Research*, 11(1), 74–86. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n1p74>
- Alwan, Hendri, M., & Darmaji. (2017). Faktor-Faktor Yang Mendorong Siswa MIA SMAN Mengikuti Bimbingan Belajar Luar Sekolah Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi. *Jurnal EduFisika*, 02(01), 25–37.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12), 5187–5191. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v5i12.15>
- Anshari, D. H. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak usu (pajus) medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Cahyono, E. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK OPPO DI SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *JBMA*, 5(1), 61–75.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762–6781. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Činjurević, M., Tatić, K., & Avdić, A. (2010). An Integrated Model of Price, Service Quality, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Research in the Banking Sector of Bosnia and Herzegovina. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 23(4), 142–161. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2010.11517439>
- Duwi Priyatno. (2014). *SPSS 22 PENGOLAH DATA TERPRAKTIS* (Andang (ed.)). Andi Offset.
- Dwifa, F., N. Rachma, & M. Hufon. (2015). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Promotional Mix Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Distro. *Jurnal Riset Manajemen*, 146–160.

- Ellisshanty, S. I., & Harti. (2017). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 49–54.
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMFLEXI (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 1–11.
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017) the Influence of Brand Image Toward Purchasing Decision (Study Case At Bakso Boedjangan Burangrang Bandung in 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3(2), 430–452.
- Fitriani, F., & Wahyono, T. E. (2013). PENGARUH HARGA DAN MUTU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 9(2), 120. <https://doi.org/10.21067/jem.v9i2.202>
- Google, & Temasek. (2019). *e-Conomy SEA 2019*. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/tools-resources/research-studies/e-conomy-sea-2019-swipe-up-and-to-the-right-southeast-asias-100-billion-internet-economy/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (MVDA)* (Seventh). Pearson Education Limited.
- Herawati, L. (2016). *Uji normalitas data kesehatan menggunakan SPSS* (A. H. Kadarusno (ed.); 1st ed.). Poltekkes Jogja Press.
- Herdianti. (2017). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI CIAMIS. *Jurnal Wahana Pendidikan*, 4(1), 9–18.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK , CITRA MEREK ,HARGA, DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK HONDA DI KOTA MEDAN. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43.
- Isac, C. (2019). PROCEDURAL ORGANIZATION IN eFULFILLMENT. *Annals of the University of Petrosani Electrical Engineering*, 21, 63–71. <http://e-resources.perpusnas.go.id:2077/login.aspx?direct=true&db=enr&AN=14144>

5982&site=eds-live

- Jirofti, M., & Nazari, M. (2013). Identifying and Prioritizing Effective Factors on Price Satisfaction in Banking Services using Fuzzy AHP. *Research Journal of Recent Sciences*, 3(3), 33–39.  
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1331677X.2010.11517439>
- Kodu, S. (2013). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *Journal EMBA*, 1(3), 1251–1259.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Marketing Management. In P. Hall (Ed.), *Marketing Management* (14th ed.). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Small Business Marketing* (15th ed., pp. 1–833). Pearson Education Limited.
- Lutfie, H., Suzanti, E. P. P., Omar Sharif, O., & Alamanda, D. T. (2016). Which is More Important? Halal Label or Product Quality. *Proceedings of the 3rd International Seminar and Conference on Learning Organization (Iscllo-15)*, 1–6. <https://doi.org/10.2991/iscllo-15.2016.41>
- Maholtra, N. K., Nunan, D., & Briks, D. F. (2017). Marketing research an applied approach. In M. Research (Ed.), *The Marketing Book: Seventh Edition* (fifth). Pearson Education Limited.
- Mutonyi, S., Beukel, K., Gyau, A., & Hjortsø, C. N. (2016). Price satisfaction and producer loyalty. *British Food Journal*, 118(5), 1067–1084.  
<https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2015-0319>
- Nabeel, M., & Hussain, S. M. (2017). Liquidity Management and Its Impact on Banks Profitability: A Perspective Of Pakistan. *International Journal of Business and Management Invention ISSN*, 6(5), 28–33.
- Peter, K. W., & Hrsg, N. H. (2013). Luxury Marketing. In K.-P. Wiedmann & N. Hennigs (Eds.), *Springer Gabler*. Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4399-6>
- Press.traveloka.com. (2017). *Traveloka Press Traveloka Becomes First Indonesian Tech Company to Receive Two BrandZ Awards - Traveloka Press*.  
<https://press.traveloka.com/traveloka-becomes-first-indonesian-tech-company-receive-two-brandz-awards/>
- Purwana, D., Hajat, N., Hamidah, Rizan, M., Sudiarditha, I. K. R., & Saparuddin. (2012). *PEDOMAN PENULISAN SKRIPSI SARJANA EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA*.

- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA DI KOTA PATI. *JURNAL STIE SEMARANG*, 2(8), 92–121.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK EIGER (KAJIAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>
- Shrestha, A. (2015). *EFFECTS OF SALES PROMOTION ON PURCHASING DECISION OF CUSTOMER A CASE STUDY OF BASKIN ROBBINS ICE – CREAM FRANCHISE THAILAND*. Bangkok University.
- Singh, Y. K. (2006). *FUDAMENTAL OF RESEARCH METHODOLOGY AND STATISTICS*. New Age International (P) Ltd., Publishers.
- Soewito, Y. (2013). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO. *EMBA*, 1(3), 218–229.
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 85–92. <http://www.ijstr.org/final-print/mar2019/Influence-Of-Brand-Image-Price-And-Promotion-On-Consumers-Buying-Decision-Of-Fast-Moving-Consumers-Goods-With-Culture-As-A-Moderating-Variable-In-Basmallah-Retail-Store-In-Indonesia.pdf>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumpu, N., & Tumbel, A. L. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas SaSumpu, N., Tumbel, A. L., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2528–2537.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Trillo, A. T. (2017). *Measuring Brand Equity in the Smartphone industry : An approach through Aaker ' s Model*. University of A Coruña.

- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 9(3), 35–43. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SAYURAN ORGANIK DI PASAR SAMBAS MEDAN. *NIAGAWAN*, 6(2), 44–53. <https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>
- Warasto, H. N. (2018). ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *JURNAL SeMaRaK*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>
- Widjaya, H. C. (2016). *E-Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty of Traveloka Customer In Greater Jakarta*.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Www.apjii.or.id. (2018). *Penetrasi & profil perilaku pengguna internet indonesia*.
- Www.gdilab.com. (2017). *Infografis: Online Travel Agent on Twitter | GDILab*. <https://www.gdilab.com/read/2353/infografis-online-travel-agent-on-twitter/>
- www.topbrand-award.com. (2019). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award*. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=traveloka](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=traveloka)
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MORNING BAKERY BATAM. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123–136. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>

## LAMPIRAN 1 KUESIONER

### **KUESIONER PENELITIAN: PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PENGGUNA TRAVELOKA JAKARTA)**

Bapak/Ibu/Saudara/i Yth,

Assalamualaikum Wr. Wb. Shalom. Om Swastiastu. Namu Buddhaya.

Semoga Bapak/Ibu/Saudara/i berada dalam keadaan baik dan sehat.

Perkenalkan saya Rizka Agas Putri mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Program Studi S1 Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pengguna Traveloka di Jakarta)”.

Jika Bapak/Ibu/Saudara/i adalah:

1. Berdomisili di DKI Jakarta Berdomisili di DKI Jakarta (dalam hal ini, domisili yang dimaksud adalah alamat tempat tinggal/alamat kantor/alamat tempat bekerja saat ini)
2. Berusia 17-64 tahun (usia produktif)
3. Responden merupakan pengguna aktif Traveloka dan pernah melakukan transaksi minimal 1 kali di Traveloka selama 6 bulan terakhir

Maka Bapak/Ibu/Saudara/i adalah target dari penelitian ini. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan rendah hati saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden penelitian ini.