

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Murdifin, I. (2019). Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 52-65.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman DIY. *JBMA*, 5(1), 61-75.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Surakarta: Deepublish.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fillah, A., & Fitria, S. E. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Indihome. *e-proceeding of Management*, 5(3), 3245-3251.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Yogyakarta: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education South Asia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Limakrisna, N., & Parul, T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Bandung: Mitra Wacana Media.

- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 493-502.
- Morissan. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2014). *Analisi Data Penelitian Ekonomi&Manajemen*. Grasindo.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Saamsung. *JBMA*, IV(2), 60-68.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* . Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 117-123.
- Prasetyaningsih, E., & Astini, R. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisinis*, 2(2), 626-640.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media, Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 3933-3942.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wahidah, E. N. (2018). Pengaruh Harga, Promotion, Dan Customer Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 11(2), 48-57.

Wijaya, D. N., Sunarti, & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Starbucks Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(2), 75-83.

<https://www.similarweb.com/website/tiket.com>

<https://phinemo.com/travel-agen-di-mata-generasi-x-millennial-dan-z/>

https://www.google.com/search?q=total+population+and+internet+users+hootsuite&safe=strict&sxsrf=ALeKk02WkESfxzLkSfl7Gy4meg1OI7Dhg:1586188941881&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj3q7WjltToAhVczjgGHZh6C8sQ_AUoAnoECA0QBA&biw=1366&bih=576