

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah. (2019). Online Review : Indikator Penilaian Kredibilitas Online Dalam Platform E-Commerce. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia*, 141-154.
- Alfonso, D. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce Melalui Traveloka.Com Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Sumatera Utara*.
- Anandita, F. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 203-210.
- Anjar Wanto, T. L. (2020, Maret 24). *Sistem Pendukung Keputusan Metode & Implementasi (Ebook)*. Retrieved From Google Books: https://www.google.co.id/books/edition/Sistem_Pendukung_Keputusan_Metode_Implementasi/T5pydwaaqbaj?hl=en&gbpv=0
- Azis, I. Z. (2010). *Pembangunan Berkelanjutan : Peran Dan Kontribusi Emil Salim*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2012). *Social Psychology: 13th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bhushan, N., & Rai, K. (2003). *Strategic Decision Making - Applying The Analytical Hierarchy Process*. London: Springer.
- Brunelli, M. (2015). *Introduction To The Analysis Hierarchy Process*. New York: Springerbriefs.
- Burhan, F. A., & Setyowati, D. (2021, April 7). *Permintaan Naik, Aplikasi Travel Diramal Masif Diunduh Saat Ramadan*. Retrieved From Katadata.Co.Id: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/606d96d712336/Permintaan-Naik-Aplikasi-Travel-Diramal-Masif-Diunduh-Saat-Ramadan>
- Davis. (1987). *Theory Of Reasoned Action*. Sanjaya.
- Dermawan, R. (2004). *Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Dharmanto, A. (2019). Analysis Of Tourism Preferences In Choosing Online-Base Travel Agents In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 3761-3763.
- Díaz, M. R., & Rodríguez, T. F. (2017). Determining The Reliability And Validity Of Online Reputation Databases For Lodging: Booking. Com,. *Journal Of Vacation Marketing*, 1-14.
- Edward C. S. Ku & Yi Wen Fan (2009) The Decision Making In Selecting Online Travel Agencies: An Application Of Analytic Hierarchy Process, *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 26:5-6, 482-493,

- Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hartini, S. (2020). Metode Analytical Hierarchy Process Pada Pemilihan Platform Website E-Commerce Terbaik Untuk Membangun Toko Online. *Information System For Educators And Professionals*, 134-143.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. . Center For Academic Publishing Service.
- Hendriyati, L. (2019). Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta. *Media Wisata*, 1-10.
- Istiqomah, S. (2020). Perangkingan Aplikasi Online Ticketing Berdasarkan Kuesioner Pengguna Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process (Ahp). *Universitas Muhamadiyah Jember*.
- Jogiyanto, H. (2007). *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing 15th Edition*. Global Edition: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. Global: Pearson.
- Laricha, L., Saryatmo, A., & Avilla, L. (2017). Analisis Kualitas Layanan Pada Perusahaan Jasa Travel Agent Berbasis E-Commerce Dengan Metode E-Servqual Dan Quality Function Deployment. *Jurnal Manajemen*, 85-191.
- Made, I., Suryani, Alit, & Megantara, T. (2016). Penentu Niat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com. *E-Journal Management UNUD*.
- Mu, E., & Pereyra-Rojas, M. (2017). *Practical Decision Making An Introduction To The Analytic Hierarchy Process (AHP) Using Super Decisions V2*. Pittsburgh: Springer.
- Narendro, A. (2019). Decision Support System Untuk Pemilihan Perumahan Menggunakan Super Decisions. *Prosiding Sendi*, 175-179.
- Novius, F. J. (2019). Implementasi Online Travel Agent. *Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*.
- Nyoman, I. G. (2014). METODE GROUNDED THEORY. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*.
- Oliveira, T., & Alinho, M. (2017). Modelling And Testing Consumer Trust Dimensions In E-Commerce. *Computers In Human Behavior*, 153-164.
- Pramudita, B. A. (2021, Mei 19). *Data Munarman Eks FPI Bocor? Traveloka Angkat Bicara*. Retrieved From [Wartaekonomi.Co.Id](https://www.wartaekonomi.co.id/read342042/data-munarman-eks-fpi-bocor-traveloka-angkat-bicara):
<https://www.wartaekonomi.co.id/read342042/data-munarman-eks-fpi-bocor-traveloka-angkat-bicara>

- Prasetyani, I. (2019). Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Market Place Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 91-104.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 425-432.
- Priscanandia, R. (2019). Analisis Pengaruh Diskon, Ulasan Dan Kemudahan Dalam Bertransaksi Pada Keputusan Pembelian Tiket Hotel Pada Trabeloka Di Jakarta. *Universitas Bakrie*.
- Rakhmah, S. N. (2020). Penentuan Faktor Prioritas Pemilihan Online Travel Agency Di Wilayah Bekasi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 825-833.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytical Hierarchy Process*. International: Mcgraw Hill.
- Saaty, T. L. (1994). *Fundamentals Of Decision Making And Priority Theory With The Analytical Process*. Pittsburgh: RWS Publications.
- Saaty, T. L. (2012). *Decision Making For Leaders. Analytical Hierarchy Process For Decision In Complex World*. Pittsburgh, Pennsylvania: RWS Publication.
- Sael, N. (2019). Implementation Of Analytical Hierarchy Process For Student Profile Analysis. *International Journal Emerging Technologies In Learning*, 78-93.
- Santoso, J. C. (2020). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Minat Pemesanan Hotel Pada Aplikasi Traveloka. 194-202.
- Siswanto Sutojo. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka.
- Sudjatmika, F. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis Agora*, 1-8.
- Sudyasjayanti, C. (2018). Dimensi Kualitas Layanan Pada Online Travel Agencies Di Indonesia. *National Conference Of Creative Industry*, 450-459.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukma. (2012). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Website. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Talwar, S., Dhir, A., Kau, P., & Mäntymäki, R. (2019). Why Do People Purchase From Online Travel Agencies (Otas)? Aconsumption Values Perspective. *International Journal Of Hospitality Management*, 88. Retrieved From [Https://Www.Rezgo.Com/Glossary/Ota](https://www.Rezgo.Com/Glossary/Ota)
- Tarantang, J. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *IAIN Palangka Raya*, 60-75.

- Tjiptono, F. (2011). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Vineeta. (2017). Evaluation Of E-Commerce Websites Using AHP Decision Making Process. *Global Journal For Research Analysis*, 585-588.