

DAFTAR PUSTAKA

- Ph.D, F. T., & Fandy Tjiptono, P. (2015). Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Edisi 4.
- Chosimah. (2016.). Pengaruh Harga Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Belanja Online. (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember). Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik. Jember.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). Strategi Pemasaran.
- Fandy, T. (2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Bandar_Udara_Internasional_SoekarnoHatta. (n.d.).
- Kotler, P. a. (2016). Marketing Managemen. 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P. d. (2018.). Manajemen Pemasaran.
- Mal, L. H., & Mertayasa , I. A. (2018). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA ONLINE DI SITUS TRAVELOKA.

Megantara, I., & Alit. (2016). E-Jurnal. . Penentu Niat Pembelian Kembali Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.com.

Nurbasari, A. (2015). Jurnal. Konsep Pemasaran Melalui Internet. .

Savitri, & N. A. (2010). *“Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket pada PT. Garuda Indonesia Branch Office Semarang”*, Undergraduate thesis, FISIP Universitas Diponegoro.

Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono (2018) Metode Penelitian Manajemen

Sutojo, S. (2019). Manajemen Pemasaran, edisi kedua, Penerbit: Damar Mulia Pustaka. Jakarta.

W., C. R. (2016.). Pengaruh Harga Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Belanja Online. (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas

Jember). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik. Jember. Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik. Jember.

