

## DAFTAR PUSTAKA

- Aida, Nur. (2018). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Equity dan Dampaknya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. *Economac*. 2, 1-16. E-ISSN: 2549-9807
- Alhaddad, Abdullah, A. (2015). The Effect of Advertising Awareness on Brand Equity in Social Media. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 5(2), 73-84. doi: 10.17706/ijeec.2015.5.2.73-84
- Annisa TP, Milenia. (2018). Review Aplikasi “Tiket.com”. Retrieved Oktober 11, 2020 from <https://student.blog.dinus.ac.id/milenia/2018/10/26/8/>.
- Antara. (2020). Pandemi Tak Surutkan Niat Staycation Sambut Tahun Baru di Hotel. Retrieved Januari 9, 2021 from <https://www.antaraneews.com/berita/1913872/pandemi-tak-surutkan-niat-staycation-sambut-tahun-baru-di-hotel>.
- Asif, Muhammad., Abbas, Kaleem., Kashif, Muhammad., Hussain, Sadique., & Hussain, Iltaf. (2015). Impact of Brand Awareness and Loyalty on Brand Equity. *Journal of Marketing and Consumer Research*. 12, 67-72, ISSN: 2422-8451
- Barroso, A., & Llobet, G. (2012). Advertising and Consumer awareness of new, differentiated products. *Journal of Marketing*, 49(6), 773-792. doi: 10.1509/jmr.11.0045
- Bendle, Neil T., Farris, Paul W., Pfeifer, Phillip E., & Reibstein, David J. (2016). *Marketing Metrics The Manager’s Guide to Measuring Marketing Performance (Third Edition)*. New Jersey : Pearson.
- Brangsinga, Gusti Bagus Yopi., & Sukawati, Tjok Gede Raka. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty dan Brand Equity. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2125-2151. doi: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p9>
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: tactics and tips to develop your business online*. Jon Wiley & Sons.

- Burnirma, Raisa Dian., & Wardhana, Aditya. (2017) Analisis Kualitas Website Tiket.com. *e-Proceeding of Management*. 4(1), 745-754. ISSN: 2355-9357.
- Creswell, John. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar .
- Datareportal. (2020). Digital 2020: Indonesia. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Datareportal. (2020). Pengguna Internet di Indonesia. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Datareportal. (2020). Pertumbuhan Digital di Indonesia. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Endyana, M Dwi Aryasa., & Ardani, I Gst A Kt Sri. (2019). Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Advertising Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*. 8(11), 6558-6576.
- Fitriah, Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOA 24 Update Bayesian SEM*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Vincent Jonathan., & Sugiharto, Sugiono. (2016). Analisa Pengaruh Advertising Awareness Terhadap Brand Equity dengan Brand Awareness dan Brand Image Sebagai Variabel Intervening dengan Studi Kasus Iklan Indomie Goreng Kuah di Youtube. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(2), 1-8.
- Indozone. (2020). Delapan Situs *Travel Agent* Terpercaya untuk *Booking* Tiket Online. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://www.indozone.id/tech/EnsdOv/8-situs-travel-agent-terpercaya-untuk-booking-tiket-online/read-all>.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bandung. Indonesia: Refika Aditama.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, Managing Brand Equity Fourth Edition*. England : Pearson Education Limited.

- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). *The Principle of Marketing. (17e ed)*. Italy: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip., & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management. (15e ed)*. USA: Pearson Education Limited.
- Kumparan. (2017). Tiket.com Ungkap Makna di Balik Logo Barunya. Retrieved Oktober 11, 2020 from <https://kumparan.com/kumparantech/tiket-com-ungkap-makna-di-balik-logo-barunya>.
- Kusuma, Belinda Aretha., & Putri, Berlian Primadani Satria. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *JIM UPB*. 7(1), 33-37. ISSN: 2337-3350.
- Lifepal. (2020). Cerita Sukses Ferry Unardi Membangun Traveloka Hingga Jadi Raksasa. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://lifepal.co.id/media/cerita-sukses-ferry-unardi-membangun-traveloka-hingga-jadi-raksasa/>.
- Maxmanroe. (n.d). Gunakan Trivago Untuk Mencari Perbandingan Harga dan Kualitas Hotel. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://www.maxmanroe.com/gunakan-trivago-utk-mencari-perbandingan-harga-dan-kualitas-hotel.html>.
- Mistraladin Press. (2018). Sambut Awal Tahun, Mister Aladin Memperkenalkan Logo dan Tampilan Baru. Retrieved Oktober 15, 2020 from <https://www.indozone.id/tech/EnsdOv/8-situs-travel-agent-terpercaya-untuk-booking-tiket-online/read-all>.
- Moriarty, Sandra dkk. (2015). *Advertising edisi kedelapan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nawawi, Syukron., & Riptiono, Sulis. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Association Terhadap Brand Equity dengan Brand Loyalty Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Le Minerale di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 2(2), 166-183.
- Ningtyas, Elsyia Saktia., & Martini, Erni. (2019) Pengaruh Dimensi Brand Equity Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Online Travel Agent Tiket.com). *e-Proceeding of Management*. 6(2), 2398-2403. ISSN: 2355-9357.

- Pemerintah Indonesia. (n.d). Undang-Undang No.15 Tahun 2001 Yang Mengatur Tentang Merek. Lembar Negara RI Tahun 2001, No.110. Sekretariat Kabinet RI. Jakarta. Retrieved from [https://dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu\\_pp1/uu\\_no\\_15\\_th\\_2001.pdf](https://dgip.go.id/images/ki-images/pdf-files/uu_pp1/uu_no_15_th_2001.pdf).
- Prakoso, Muhar Gagah., & Sastika, Wiedya. (2018). Pengaruh Advertising Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus : Car Branding Tokopedia di Kota Bandung 2018). *e-Proceeding of Applied Science*. 4(3), 1001-1011.
- Prasetyo, Bambang D., Febriani, Nufian S., Asmara, Wayan Weda., Tamitiadini, Dewi Dian., Destrity, Nia Ashton., Avina, Diyah Ayu Amalia., & Ilahi, Azizun Kurnia. (2018). Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru). Malang. Indonesia : UB Press.
- Putra, I Gusti Ngurah Bagus Adi Mas., & Rahyuda, Ketut. (2016). Peran Brand Equity Memediasi Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(12), 8134-8166. ISSN: 2302-8912.
- Ramdhani, G. (2018). Setelah Diakusisi GDP Venture, Transaksi tiket.com Naik Jadi 20 Ribu Tiket Perhari. Retrieved Oktober 11, 2020 from <https://www.liputan6.com/tekno/read/3326603/setelah-diakusisi-gdp-venture-transaksi-tiketcom-naik-jadi-20-ribu-tiket-perhari>.
- Rizkia, Muhammad Naufal., & Martini, Erni. (2019). The Effects of Advertising Awareness on Social Media towards Brand Equity of Telkom University. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. 8(12), 1655-1659. doi: 10.21275/ART20203661
- Rizky, Muhammad., & Moeliono, Nadya Novandriani K. (2019). Pengaruh Digital Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Asia Catering Bogor. *E-Proceeding of Management*. 6(2), 4165-4172.
- Rufaida, Nabila., & Suyanto, AMA. (2019) Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *e-Proceeding of Management*. 6(2), 2091-2097. ISSN: 2355-9357
- Salem, Mohammed. S. Busen., & Che, Su. Mustaff. (2014). The Role of Interactive Advertisement in Developing Consumer-Based Brand Equity: A Conceptual

- Discourse. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 155, 98-103. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.10.263
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Rises Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (1<sup>st</sup> ed.). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6<sup>st</sup> ed). Jakarta : Salemba Empat.
- Septyani, Rizky., & Magnadi, Rizal Hari. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Komunikasi Pemasaran dan Elemen Merek Terhadap Ekuitas Merek dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Lipstik Merek Red-A). *Diponogoro Journal of Management*. 5(3), 1-11. ISSN (Online) : 2337-3792
- Setiawan, Budi., & Rabuani, Celia Celesta. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis*. 1(1), 1-15.
- Similarweb. (2020). Traffic Overview. Retrieved Januari 9, 2021 from <https://www.similarweb.com/website/tiket.com/>.
- Situmorang, Irwanti L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru. *JOM Fekon*. 4(1), 72-86.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, Rosita., Nadiyah, Hirfiyana., & Yulianti, Ida. (2016). *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang. Indonesia : UB Press.
- Suryani, Ita. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi *Social Media Marketing* Pada Twitter Kemenpakraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*. 8(2), 123-138. ISSN: 1907-898X

- Tempo. (2020). Kunjungan Wisatawan Mancanegara Naik Tipis, BPS: Masih Terbatas. Retrieved Januari 9, 2021 from <https://bisnis.tempco.co/read/1381502/kunjungan-wisatawan-mancanegara-naik-tipis-tps-masih-terbatas>.
- Tiket.com. (2020). *User Interface* Tiket.com. Retrieved Oktober 11, 2020 from <https://www.tiket.com>.
- Tina, Vukasovic. (2015). Managing Consumer-Based Brand equity in Higher Education. *International Research Journal*. 13(1), 75-90.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Top Brand Award. (2020). Top Brand Index *Online Travel Agent*. Retrieved Oktober 15 Oktober, 2020 from [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=tiket.com](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=tiket.com).
- Trott, Sangeeta., & Sople, Vinod V. (2016). *Brand Equity: An Indian Perspective*. New Delhi : PHI Learning Private Limited.
- Tyasendy, Billy Nugroho., & Anggadwita, Grisna. (2016). Analisis Pengaruh *Customer Brand Awareness* Terhadap *Brand Image* di *Instagram* Pada Usaha Wallts. *e-Proceeding of Management*. 3(3), 1-6. ISSN : 2355-9357
- Utari, Rini., & Hurriyati, Ratih. (2016). Pengaruh Kinerja Repositioning Terhadap Brand Equity (Survei pada Konsumen Pengguna Sabun Cair Lux di Griya Kopo Permai). *Journal of Management and Entrepreneurship Education*. 1(1), 81-97.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods (8<sup>th</sup> ed.)*. Canada: South Western Cengage Learning.