

## DAFTAR PUSTAKA

- Artamevia, R., & Sugianto. (2021). *H4 (cadangan)*. 2(1), 37–45.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN : UMKM DAN DIGITAL SOSIAL MEDIA* (Rizka, Henny, Maya, & Meutia (eds.)). Deepublish.
- Azka, R. (2019). *Persaingan Transportasi Online Kian Ketat, Siapa Juaranya*. Bisnis.Com.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190917/98/1149542/persaingan-transportasi-online-kian-ketat-siapa-juaranya>
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 1–22.  
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.6>
- Databoks. (2018). *Pangsa Pasar Layanan Transportasi Online Indonesia Terbesar di ASEAN*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/11/29/pangsa-pasar-layanan-transportasi-online-indonesia-terbesar-di-asean>
- Firnanda, M. A., & Asnawati. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth , Brand Image , Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 1, 407–413. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/>
- Ghofur, A., Muhtarom, A., Zulyanti, N., & Arif, M. (2022). *Analysis of Consumer Behavior, Service Quality, Company Image, and Price on Purchase Decisions Using the Go-Jek Application Go-Food Features in the New Habit Period (Study on Employees of PT. Citra Adi Sarana Indonesia Gresik Branch)*. 16(1), 143–153.
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek

- melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (p. 114).
- Iqbal, M. I. N., & Usman, O. (2021). Effect of Service Quality, Promotion, and Consumer Trust on Go-Jek Service Purchase Decisions for Unj College Students. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768496>
- Kapriani, K., Asmawiyah, A., Thaha, S., & Hariyanti, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Makassar. *Al-Buhuts*, 17(1), 142–161. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i1.2251>
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). Marketing Management 14E. In *Marketing Management: A Cultural Perspective*. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Octaviani, R., & Wardi, Y. (2020). *The Effect of Service Quality, Price, and Brand Image on the Decision of Using Go-Jek Online Transportation in Padang*. 124(2013), 893–902. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.156>
- Ojol, R. (2022). *Daftar 60+ Wilayah Operasional Maxim di Indonesia Terlengkap dan Terbaru 2022*.
- Prabowo, T. (2022). *Disebut Lebih Murah dari Grab dan Gojek, Layanan Transportasi Online Ini Bisa Tawar Harga Lho!* Suaramerdeka.Com. <https://www.suaramerdeka.com/otomotif/pr-043434472/disebut-lebih-murah-dari-grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-ini-bisa-tawar-harga-lho>
- Pribadi, K. (2021). *Maxim Perluas Operasional di 5 Kota di Indonesia*. Id.Taximaxim.Com. <https://id.taximaxim.com/ru/blog/2021/02/1908-maxim-perluas-operasional-di-5-kota-di-indonesia/>
- Samhudi, A., & Pardani, S. (2022). *TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA GRAB Tabel 2 . Perbandingan Harga Gojek dan Grab Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*. 9(2), 30–45.

- Sangadji, D. E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*.
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Brand image mediation of product quality and electronic word of mouth on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(1), 97–109. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n1.2012>
- ShopBack, I. (2017). *Sering Membandingkan Harga Transportasi Online? Aplikasi Ini Akan Memudahkan Penggunaanya*. <https://www.shopback.co.id/katashopback/transportasi-online-makin-digemari>
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Watung, Debby Ch Rotinsulu, & Tumangkeng, S. Y. L. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03), 126–139. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/30946>
- Wicaksana, S. A., Lunadevy, S. A., Mita, T. L., Soedira, V. G., Kartika, M. H., & Putri, D. N. W. (2022). *Perilaku Konsumen Kunci memenangkan bisnis*.