

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., Hafizah, & Muda, I. (2019). The Effect of Services, Price Discount and Brand Equity on Consumer Purchase Decisions in Go-Jek a Technology Start-up Transport. *Academic Journal of Economic Studies*, 5(2), 21–31.
- Almadani, R., Alfisah, E., & Lamsah. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA GOJEK DI KOTA BANJARBARU*.
- APJII. (2023, March 10). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. APJII.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. (2023). *Marketing: An Introduction* (Global Edition, Vol. 15). Pearson Education.
- Astuti, M., & Amanda, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- CNBC Indonesia. (2020a, January 24). *Lebih Murah dari Grab & Gojek, Kenapa Maxim Terancam Suspend?* CNBC Indonesia.
- CNBC Indonesia. (2020b, March 17). *21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online*. CNBC Indonesia.
- Databoks. (2019, October 5). *Berapa Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi Online Indonesia?* Databoks.
- Databoks. (2022, September 14). *Bukan Ojol, Ini Moda Transportasi Mayoritas Warga Indonesia*. Databoks.
- Dewa, C., Pradiatiningtyas, D., & Safitri, L. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Expert (CV Graha Ilmu).
- Diwyarthi, N., Tamara, S., Anggarawati, S., Trinanda, O., Gemilang, F., Sulaeman, M., Sarjana, S., Utama, S., Mulyana, M., Verawaty, Butarbutar, D., Hadawiah, A, M., Lestari, N., & Anggara, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (M. Sari, Ed.). PT Global Eksekutif Teknologi.

- Emnistya, I. A., & Prijati. (2023). PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GOJEK DI SURABAYA (STUDI KASUS MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (1st ed.). Yoga Pratama.
- GoodStats. (2023, July 11). *Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online?* GoodStats.
- Idrus, S. Al. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori* (Amirullah, Ed.). Media Nusa Creative (MNC) Publishing.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia* (F. A. Rahmayani, Ed.). CV Jakad Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Istanti, F., Ekaningrum, Y., & Khoiro, E. E. U. (2021). The Effect of Price, Promotion, and Ease of Use Application *Online* Transportation on the Usage Decision in Surabaya City. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 764–769.
- Kapriani, Asmawiyah, Thaha, S., & Hariyanti. (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>
- Keller, K. L., Parameswaran, A., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th Edition). Pearson India Education.
- Kompas.com. (2023, June 14). *Banyak “Startup” Kurangi Promo “Bakar Duit”, Maxim: Kami Tetap Beri Tarif Murah*. Kompas.Com.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management: Vol. 15 Edition* (Global Edition). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (15th, 3rd Edition ed.). Pearson Education.
- Kuheba, M. R., Manoppo, W. S., & Tumbel, T. M. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek pada Mahasiswa Fispol Unsrat Manado*.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek* (A. Rozi, Ed.). Bintang Sembilan Visitama.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2021). *MKTG: Principles Of Marketing* (13th Edition). Cengage Learning, Inc.
- Maxim. (2020, March 9). *Selama 1 Tahun, Pertumbuhan Pengguna “Maxim” Naik Hingga 31 Kali*. Maxim.
- Maxim. (2022). *Tentang Perusahaan*. Id.Taximaxim.Com.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo.
- Panjaitan, P. S., Febriyanti, R. B., Haryono, & Bambang, H. (2021). THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION OF TRAVELOKA *ONLINE* AIRLINE TICKETS DURING THE PANDEMIC. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 4.

<http://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/altrhttp://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/altr>

Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.

Republika.Co.Id. (2023a, May 24). *Survei: Gojek Paling Banyak Digunakan untuk Transportasi dan Logistik*. Republika.Co.Id.

Republika.Co.Id. (2023b, July 1). *Viral, Seorang Perempuan Hampir Diculik Driver Ojol*. Republika.Co.Id.

Rinaldi, T. I., Syarief, N., & Pusporini. (2020). ANALISIS KEPUTUSAN PENGGUNAAN TRANSPORTASI *ONLINE* GRABCAR. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 160–170.

Rizky, Triwardhani, D., & Yuliniar. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA KELOMPOK REMAJA. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*.

Rosariana, B. (2021, September 28). *Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.”* Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Rosmayati, S., Sudirman, A., Haerany, A., Arifudin, O., Rijal, K., Alaydrus, S., Rusmana, F., Syamsuriansyah, Hanika, I., & Nugroho, L. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada.

Sa’adah, L., & Munir, A. F. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen* (Zulfikar, Ed.). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Samhudi, A., & Pardani, S. R. R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA GRAB DI KOTA BANJARBARU. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=grab

- Septigo, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Gojek Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Berbasis *Online*. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.33752/bima.v3i2.205>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi penelitian* (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA.
- Supriyadi, D., Manggabari, A. S., & Nastiti, H. (2020). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI UMUM JAK LINGKO DI JAKARTA SELATAN. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 1089–1102.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Pusdik SDM Kesehatan.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. ANDI.
- TribunJatim.Com. (2023, February 28). *Driver Ojol Berbuat Nekat ke Pelajar saat Kedinginan karena Hujan, Tak Berkutik Ditangkap di Kebun*.
 TribunJatim.Com.
- Wahyuni, S., & Praninta, A. (2021). The Influence of Brand Equity and Service Quality on Purchase Decisions on Garuda Indonesia Airline Services. *Research Horizon*, 1(1), 28–38.
<https://doi.org/https://doi.org/10.54518/rh.1.1.2021.28-38>
- Widjayanto, K. W., Maroah, S., & Danurwindo, M. A. (2022). PENGARUH HARGA DISKON DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN JASA OJEK *ONLINE* GOJEK DI KOTA SURABAYA.
Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Wijaya, V., & Pahar, B. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEAMANAN PRIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA GOJEK. *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)*.
<http://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP/>

Wikantara, I. W. A., & Rastini, N. M. (2021). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, WORD OF MOUTH, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TRANSPORTASI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i05.p02>

Yuning, W., Zhe, Z., Mengyuan, Z., & Hexian, W. (2020). The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Reuse Intention in Urban Rail Transit in Tianjin, China. *SAGE Open*, 10(1).
<https://doi.org/10.1177/2158244019898803>

Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. KENCANA.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori & Strategi* (Hamdan, Ed.). Forum Pemuda Aswaja.