

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah , T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.
- Alhaddad, A. A. (2015). Determinants of Brand Image in Social Media. *ResearchGate*, 180-190.
- Danang , S. (2013). *Teori, Kuisisioner & Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Danang, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academy Publishing Service).
- Fachrurrozy, M., & Rachmawati, I. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pada GoJek Bandung. *e-Proceeding of Management*, 2506-2510.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: UNDIP Press.
- Feriyanto, A., & shyntya, E. (2015). *Pengantar Manajemen*. Kebumen: MEDIATERA.
- Firanda, M. A., & Asnawati. (2017). Pengaruh Electronoc Word of Mouth, Brand image, Brand Trust, Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manjemen dan Ekonomi Bisnis Volume 1*, 407-413.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Bandung: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hassan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academy Publishing Service).
- Ilyas, Y. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Teknologi E-Commerce Tehadap Keputusan Untuk Menggunakan Layanan Go-Jek di Wilayah Kecamatan Cibinong. *Economicus, Vol.9 No.1*, 40-50.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Depok: KharismaPutra Utama Offset.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. 15th Edition, Pearson Education, Inc. .
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Pengaruh harga dan Promosi Grab Terhadap brand Image yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Konsumen

Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen dan bisnis Vol.2, No.3*, 381-390.

- Morissan. (2010). *Periklanan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Noor, J. (2015). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan dan Harga pada Gojek Terhadap kepuasan konsumen dengan Minat Sebagai Variabel moderating. *Media Studi Ekonomi*, 43-55.
- Rahmawati, O. N. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Go-Ride (Studi Pada Pengguna Jasa Go-Ride Area Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 31-41.
- Rizan, M., Yulianti, D., & Rahmi. (2015). The Influence of Price and Service Quality of Brand Image and Its Impact on Customer Satisfaction GoJek (Students Study on A State University of Jakarta). *Jurnal riset manajemen sains Indonesia Vol.6, No.2*, 639-637.
- Sangaji, M., & Sopiah. (2013). *perilaku konsumen*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Saragih, L. M., & Sarjani. (2018). Pengaruh Harga, Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pelanggan Jasas GrabCar di Kota Medan. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi*, 44-51.
- Sari, N. (2017, 09 05). *Kompas*. Retrieved from <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/09/05/20022181/djarot-jumlah-kendaraan-bermotor-dibandingkan-ruas-jalan-itu-jomplang>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL*. Depok: Penerbit Salemba Empat.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Kruntu, M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa Feb UNSRAT Manado. *Jurnal EMBA*, 1778-1787.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik*. Bogor: Percetakan IPB.

Syarif, H. (2017, 10 08). *Sindo News*. Retrieved from <https://metro.sindonews.com/read/1246512/171/jalanan-makin-sempit-durasi-kemacetan-di-jakarta-bertambah-3-jam-1507467810>

Tjiptono , F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Tjiono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Top brand award. (2018, 10). Retrieved from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2018

