

DAFTAR REFERENSI

- Anugrah, A., Hairunnisa, & Fikry, M. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GO-RIDE KECAMATAN SAMBUTAN. *EJurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 214–226.
- Butarbutar, M., Kusuma Putra, A. H. P., Nainggolan, N. T., Sudarso, A., Lie, D., Fuadi, Nurbayani, Saputra, D. H., Hasibuan, A., & Yendrianof, D. (2020). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Pengembangan* (A. Rikki & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa : (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Febrianty, Nurmiati, Parinduri, L., Sirait, S., Leuwol, N. V., Julyanthry, Dharma, E., & Sudarso, A. (2020). *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum & Bisnis Internasional* (A. Rikki & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Firdaus, M. . (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF; DILENGKAPI ANALISIS REGRESI IBM SPSS STATISTICS VERSION 26.0* (F. Ravida (ed.); 1st ed.). CV. DOTPLUS Publisher.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th Editio).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing* (15th Editi).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran (ed.); Edisi 13 J). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education, Inc. new Jersey.
- Kurniawaty, E., & Subekhan, N. (2020). The Correlation of Price and Service Quality on Go-Jek Consumers Satisfaction In Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 87–93.
- Kuswanto, A., Sundari, S., Harmadi, A., & Hariyanti, D. A. (2020). The determinants of customer loyalty in the Indonesian ride- sharing services : offline vs online. *Innovation and Management Review*, 17(1), 75–85. <https://doi.org/10.1108/INMR-05-2019-0063>

- Rahayu, P. F., & Riana, D. (2020). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJEK) PADA MAHASISWAI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG. *Jurnal Akuntanika*, 6(1), 46–54.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek di Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3, 58–68. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>
- Rezki, M., Elbiansyah, L. S., & Riyana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 4(1), 50–57.
- Sari, N., & Yuniarti, Y. (2018). ANALYSIS OF GO JEK E-SERVICE QUALITY AND ITS EFFECT ON CUSTOMER SATISFACTION IN JAMBI CITY. *Journal of Business Studies and Management Review*, 2, 16–20.
- Sianipar, G. J. M. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19, 183–196.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. PUTSAKA ABADI.
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 66–76.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality and Satisfaction* (Edisi 3).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). CV. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality and Satisfaction* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa* (Edisi 1). PT Indeks.