

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU & E-BOOK

- Arikunto, S. (2013) *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Amir, A., Junaidi, & Yulmardi. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. IPB Press.
- Aptaguna dan Pitaloka, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek," *Widyakala*, 3 (Maret 2016), 52.
- Buchari, A. (2013) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ciacin Putri Embun Sari dan Ayuh, E. T. (2020) "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Eksistensi pada Transportasi Online di Kota Bengkulu," *J-Sikom*, hlm. 34–41.
- Daryanto (2013) *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (Cetakan 2)*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dharmmesta, B. S. dan Irawan (2013) *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ferdinand, A. (2014) *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fajar, Laksana. (2008) *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* : Graha Ilmu
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Handayani, T. dan Fathoni (2019) *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utami.
- Hasibuan, M. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Deepublish.

- Kertamukti, R. (2015) *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L.(2009) *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 12*. Alih Bahasa Benyamin Molan.Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2013) *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Martono, Nanang. (2010). *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Oentoro, D. (2012) *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Sarwono, J. (2013) *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013a) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013b) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Skripsi* (Banjarmasin: UIN Antasari, 2021), hlm. 23-24.

Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan*. UB Press.

## **JURNAL & SKRIPSI**

Ananda, Bayu Putra., Syofian., dan Markoni (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online (Maxim Kota Bengkulu). *Jurnal Bisnis Net* Vol. 6 No. 2

Arslan, M., & Phil, M. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. 9.

Burhan, F. A. (2020) "Tarif Ojek Online Naik, Strategi Bisnis Maxim di Indonesia Terdampak," *Katadata.co.id*. Tersedia pada: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a470c355e3/tarif-ojek-online-naik-strategi-bisnis-maxim-di-indonesia-terdampak>

Ciacin Putri Embun Sari dan Ayuh, E. T. (2020) "Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Eksistensi pada Transportasi Online di Kota Bengkulu," *J-Sikom*, hlm. 34–41.

Dianti, Siti. (2018). Pengaruh Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Angkutan Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah .

Eko Purnomo (2016) *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)*. Universitas Pasir Pengaraian.

Irsad Z (2010) "Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia," *Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 17.

Karinov. (2018). Pengertian Bauran Pemasaran (7P – Marketing Mix). Diambil dari: <https://karinov.co.id/pengertian-bauran-pemasaran-7p/>. (18 Desember 2022/2023)

Marza Afrina (2017) "Analisis Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)," *Jurnal: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 20.

- Mohammad Chafidz Maulana Lubis (2014) “Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Green Cake & Coffee di Bandung,” *Jurnal: Universitas Widyatama Bandung*, 17.
- Muhamad, Fatihul A, Martina Rahmawati dan Anggit Yoebriliati (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Di Kota Serang. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, Vol. 2 No. 2
- Muhammad Abdan Nur dan Difi Dahliana. *Pengaruh Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Shopee di Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
- Nida Anisa (2020) . . *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Minat Membeli Ulang Jasa Transportasi Online Grab-Food pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Banjarmasin*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Prasetya, A. Y. dan Wijaksana, T. I. (2021) *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online Maxim pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung*. Universitas Telkom.
- Putri, Nur Azizah Ali Murdhani Ngandoh dan Bahrul Ulum Ihlam. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Nobel. *Jurnal Nobel Management Review*, Vol. 2, No. 2.
- Riofita, H. (2015) *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru: CV Mutiara Pesisir Sumatera.
- Razak Ismail. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Provinsi Dki Jakarta. *Jurnal: UNKRIS Jakarta Timur*.
- Rafael Billy Leksono, Herwin (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Bebas Online. *Jurnal: Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta*.
- Sari, A. K. (2013) “Pengaruh Citra Merek dan Keluarga terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Septian Asabara (2020) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Sistem Informasi,*

*Harga dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Jasa Ojek Online Gojek.*  
Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Setyo Sari, Martono. (2014) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal: Universitas Negeri Surabaya*.

Setyaningsih, E., Ismawan, E. dan Hidayat, T. (2019) “Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan,” *j-sim : Jurnal Sistem Informasi*, 3(1), hlm. 33–38.

### **REFRENSI ASING**

Arslan, M., & Phil, M. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. 9.

Bowen, J., Kotler, P., & Makens, J. (1999) .Marketing for hospitality and tourism (2nd ed). New Jersey: Prentice Hall.

Brannen, J. (1994). Mixing methods: Qualitative and Quantitative research. Avebury.

Decky Hendarsyah (2019) “E-Commerce di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0,” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), hlm. 171–184.

Brannen, J. (1994). Mixing methods: Qualitative and Quantitative research. Avebury. Stanton, W. J., Etzel, M. J. dan Walker, B. J. (2013) “Fundamentals of Marketing,” *Tenth Edition*, .