

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Grab," [Online]. Available: <https://www.grab.com/id/multi-stop-rides/>. [Accessed 13 Oktober 2017].
- [2] A. Efendi , T. Logawali and Musdalifah, "Pengaruh Brand Image dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Go-Jek di Kota Makassar," *Jurnal MINDS*, vol. 3, no. 2, 2016.
- [3] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- [4] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 14th ed., Boston: Pearson Education, 2013.
- [5] J. Strauss and R. Frost , *E-Marketing*, 7th Ed., Pearson, 2012.
- [6] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- [7] L. Wright and L. K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Indonesia: PT. Indeks, 2007.
- [8] C. Lovelock, J. Mussry and J. Wirtz, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perseptif Indonesia* Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2011.
- [9] E. M. Sangadji and S. , *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2013.
- [10] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc, 2012.
- [11] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- [12] Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Rosdakarya, 2001.
- [13] L. A. Owano, O. Alala and D. Musiega, "Relationship between Customer Service Innovation and Customer Satisfaction in the Banking Industry: A Case Study of Kenya Commercial Bank," vol. 16, no. 6, 2014.
- [14] W. Dhewanto, H. D. Mulyaningsih and Dkk, *Manajemen Inovasi, Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*, Yogyakarta: Andi Publisher, 2014.

- [15] L. Changkaew, "Stage for Service Innovation in Hospital," *Three Dimensions Model*, vol. 4, no. 4, 2012.
- [16] N. Delafrooz, T. Mohammad and T. Mahsa, "The Impact of Service Innovation on Consumer Satisfaction," *Internasional Journals of Marketing and Technology*, vol. 3, no. 5, pp. 127-144, 2013.
- [17] Sangkala, *Dimensi-Dimensi Manajemen Publik*, Yogyakarta: Ombak, 2012.
- [18] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, 15th ed., England: Pearson, 2014.
- [19] B. Swastha and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta: Liberty, 2008.
- [20] B. Swastha, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPEE, 2010.
- [21] M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- [22] P. Kotler and G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- [23] I. Fahmi, *Perilaku Konsumen*, Bandung: ALFABETA, 2016.
- [24] Ahmad, Norzieriani, Omar, Azizah and Ramayah, "A Lifestyles Study on Purchasing Behavior of Malaysian Online," *The 5th International Conference on Business and Economic Research*, no. ISBN 978-967-5705-13-7, 2014.
- [25] M. D. Zikrillah, "Analisis Variabel - Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Menggunakan Transportasi Ojek Online Go-Jek (Go-Ride) di Kota Malang," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, vol. 6, no. 1, 2017.
- [26] I. G. C. A. Putra, I. G. S. M. Mananda and N. G. A. S. D. Dewi, "Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink oleh Wisatawan Nusantara di Bandara Ngurah Rai, Bali," *IPTA*, vol. 4, no. 2, 2016.
- [27] F. B. H. Sitanggang, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan pada keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Bisnis Online PT. MMBC Tur dan Travel," *ilmiah universitas Bakrie*, vol. 2, no. 4, 2014.
- [28] F. S. Syahputra and F. Oktafani, "Pengaruh Brand Image terhadap proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan AirAsia

Indonesia di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom Januari-Juli 2014)," *e-Proceeding of Management*, vol. 1, no. 3, p. 663, 2014.

[29] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2016.

[30] D. Sunyoto, *Dasar - dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2014.

[31] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 7th ed, Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

[32] D. N. J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Kencana: Prenada Media Group, 2013.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL