

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. O. Agussalim and A. B. H. Jan, "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN JASA TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK DI MANADO," *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi*, vol. 6, no. NO.4, pp. 2303-1174, 9 2018.
- [2] M. A. Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Surabaya: Penerbit Deepublish, 2018.
- [3] A. P. Wicaksono and Khuzaini, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 9, no. 4, pp. 1-21, 2020.
- [4] A. K. R. P, Suneni and I. Febrillia, "Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online grab," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, vol. 10, no. 1, 2019.
- [5] R. Muhammad, S. Linda and Elbiansyah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Transportasi Ojek.," *IJCIT (Indonesian Journal On Computer and Information Technology)*, vol. 4, no. 1, pp. 55-57, 2019.
- [6] E. I. Ketmi Novrin Surianto, "Pengaruh Kualitas layanan, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online grab car di Surabaya," *Prosending U*, 2019.
- [7] A. Sudirman, F. Halim and R. J. Pinem, "KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDEASI DAMPAK CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 3, no. Nomor 3, pp. 66-76, 06 2020.
- [8] T. C. Mawey, A. L. Tumbel and I. W. J. Ogi, "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek di SULUT.," *Jurnal EMBA*, vol. 6, no. 3, pp. 1-16, 2018.
- [9] A. G. Chakti, *The Book Of Digital Marketing*, Makasar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- [10] R. K. Muljono, *Digital Marketing Concept*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.

- [11] M. S. H. Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep Dasar dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media, 2019.
- [12] D. J. Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung : Alfabeta, 2017.
- [13] K. N. Suriyanto and E. Istriani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi terhadap Kepuasan pelanggan pengguna Jasa Transportasi Online Grab Car Di Yogyakarta," *Prosiding SENDI_U*, vol. 3, pp. 1-14, 2019.
- [14] K. Alberto, "Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha," *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, vol. 2, pp. 634 - 644, 2019.
- [15] B. Hartanto, *Ekonomi Bisnis Peternakan*, Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2012.
- [16] A. Wirapraja, *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [17] F. Halim, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [18] M. O. A. Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 6, pp. 1-10, 2017.
- [19] F. Firmansyah and B. Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*, Surabaya: CV. Duta Media, 2019.
- [20] I. N. G. Astina, *Kualitas Layanan Berbasis Kearifan Lokal Bali*, Bali: Andi, 2018.
- [21] A. A. A. R. P. Sari and N. N. K. Yasa, *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan MAPEMALL.COM*, Klaten: Lakeisha, 2020.
- [22] F. Istanti, "Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja, Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Di Kota Surabaya," *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, vol. 4, pp. 1-10, 2017.
- [23] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- [24] I. Gozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan program IBMSPSS 19*, Edisi Kedelapan, Semarang : Universitas Dipenogoro, 2016.

[25] I. Gozali, Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM, SPSS 23, Semarang :
Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL