

DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah. (2015). *Manajemen transportasi dalam kajian dan teori*. Jakarta : Fakultas Ilmu sosial dan politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. Diakses dari https://moestopo.ac.id/wp-content/uploads/2016/05/Manajemen-Transportasi-Dalam-Kajian-Dan-Teori-Oleh-Dr.-Andriansyah.-M.Si_.pdf
- Anggraeni, Nur Fitriah. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Ojek Online (Studi Perbandingan Go-Jek Dan Ojek Online Syar'i). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/52909/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Anggriani, Meri. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih PT . Asuransi Takaful Keluarga Palembang”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Raden Fatah. Palembang. <http://eprints.radenfatah.ac.id/1505/1/MERY%20ANGGRIANI%20%2813190169%29.pdf>
- Ayu, Winda Puspa. (2018). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pengguna Transportasi Gojek Di Jakarta Selatan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SZH6ObtGNuoJ:https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/95762/1/H18wpa.pdf+&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=id>
- Azka, Rinaldi Mohammad. (2019). *Hasil Survei : Masyarakat Pilih Ojol dan Taksol Ketimbang Transportasi Umum*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190730/98/1130523/hasil-survei-masyarakat-pilih-ojol-dan-taksol-ketimbang-transportasi-umum> (30 Juli 2019)
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik. (2019). Aturan Keselamatan Dan Penerapan Biaya Jasa Ojek Online Diimplementasikan Per 1 Mei 2019.

<http://www.dephub.go.id/post/read/aturan-keselamatan-dan-penerapan-biaya-jasa-ojek-online-diimplementasikan-per-1-mei-2019>

Farras, Bernhart. (2019). *10 Tahun Beroperasi, Akhirnya Gojek Jadi 'Decacorn SuperApp'*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190405091708-37-64792/10-tahun-beroperasi-akhirnya-gojek-jadi-decacorn-superapp> (5 April 2019)

Grab. (2018). *Grab Merger dengan Uber di Asia Tenggara*. <https://www.grab.com/id/press/business/grab-merger-dengan-uber-di-asia-tenggara/> (26 Maret 2018).

Grab. (2019). *Terima Kasih Telah Jadikan Grab Decacorn Pertama*. <https://www.grab.com/id/en/blog/promo-grab-decacorn/> (27 Februari 2019).

Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15, Global Edition. United Kingdom: Pearson Education.

Payne, Adrian. (2001). *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Penerbit Andy.

Pujiyanto, Teguh. (2016). *Analisis Pemilihan Moda Transportasi Penumpang Antara Bus Dan Kereta Api Rute Purwodadi – Semarang*. *Skripsi*. Teknik Sipil. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/48912/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>

Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : Penulis. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/b58765ed9f677b462ec139088213ec99.pdf

R., Jeko I. (2016). *Iklan Terbaru Grab Tuai Kecaman Netizen*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2605924/iklan-terbaru-grab-tuai-kecaman-netizen> (20 September 2016)

Sari, Devi Kartika. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Go-Jek (Studi Kasus Masyarakat Yang Tinggal Di Kota Bogor). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:HOCJhh-BT8MJ:repository.ipb.ac.id/bitstream/123456789/87047/1/H16dks.pdf+&c d=3&hl=en&ct=clnk&gl=id>

Sari, Yunita, Endang Tjahjaningsih, dan Kristina Aninditia Hayuningtias. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant Bsb Semarang)*. Prosiding.

<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/6050/1916>

Siyoto, Dr.Sandu, dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Penulis.

<https://zenodo.org/record/1117422/files/DASAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf?download=1>

Sudarto, Amelinda dan Rani Rumita. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pt. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan). *Jurnal*. Fakultas Teknik. Universitas Diponegoro.

<https://media.neliti.com/media/publications/189510-ID-analisis-pengaruh-bauran-pemasaran-7p-te.pdf>

Sumarwan, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran, edisi kedua*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Sutriyanto, Eko. (2019). *Survei : Tahun Lalu Konsumen Lebih Banyak Gunakan Grab Dibandingkan Gojek*.

<https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/01/31/survei-tahun-lalu-konsumen-lebih-banyak-gunakan-grab-dibandingkan-gojek> (31 Januari 2019)

Tjiptono, Fandy. (1997). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andy.

Utami, Arum Puspa. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

https://eprints.uny.ac.id/41912/1/SKRIPSI_DOC%20ARUM%20PUSPA%20UTAMI%2012804241007.pdf

Z. Irsad. (2010). Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion, dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator Esia (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Timur). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/21219/1/IRSAD.%20Z-FEB.pdf>

