

DAFTAR PUSTAKA

- Alfendo Louis, Dandy Chandra, Rosinta Romauli, Situmeang, & Sihol Situngkir. (N.D.). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Panca Asri Sentosa. 2023.
- Ali Hasan, & Niken Widiati Setiyaningtiyas. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. Semantic Scholar.
- Ali Hasan, S. E. , M. M. (2010). Word Of Mouth Marketing.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). 6(3), 96–107. [Http://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Altijarah](http://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Altijarah).
- Anthony Kevin. (2018). Mengenal Penguasa Transportasi Online Di Berbagai Negara. Cnbc Indonesia. [Https://Www.Cnbcindonesia.Com/News/20180217144830-4-4629/Mengenal-Penguasa-Transportasi-Online-Di-Berbagai-Negara](https://Www.Cnbcindonesia.Com/News/20180217144830-4-4629/Mengenal-Penguasa-Transportasi-Online-Di-Berbagai-Negara).
- Aulia, V. D., Sulastri, S., Maulana, A., & Rosa, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa Shopeefood Di Kota Palembang. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(1), 778–792. [Https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V6i1.3778](https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V6i1.3778).
- Chindya Citra Agustina. (2023). 5 Fakta Ojek Online Dan Ojek Pangkalan, Siapa Paling Kuat? Okezone. [Https://Economy.Okezone.Com/Read/2023/09/10/320/2880351/5-Fakta-Ojek-Online-Dan-Ojek-Pangkalan-Siapa-Paling-Kuat](https://Economy.Okezone.Com/Read/2023/09/10/320/2880351/5-Fakta-Ojek-Online-Dan-Ojek-Pangkalan-Siapa-Paling-Kuat).
- Davidson. (1998). Retailing Management.
- Dewi Rosa Indah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Pt. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa (Vol. 3, Issue 1).
- Diah Nissa Prihatini. (2019). Business And Economics Conference In Utilizing Of Moderntechnology. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dankualitaspelayanan Terhadap Keputusan Penggunaantransportasi Online.

- Diah Nissa Prihatini, & Luk Luk Atul Hidayati. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar.
- Effendi (1982, H. 42), & Dinar Ismaila Fajrin. (2022). Partisipasi Warga Sekolah Terhadap Program Adiwiyata Di Sma Negeri 23 Bandung.
- Fandy Tjiptono. (2016). Service Quality, & Satisfaction.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, & Dadi Adriana. (2008). Pemasaran Strategik.
- Fandy Tjiptono, Ph. D. , G. C. (2008). Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing.
- Fitriana, R., & Luk Atul Hidayati, L. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online Gojek Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Moderasi. www.kumparan.com
- Fitrianna, Hafizh, & Derista Aurinawati. (2020). Pengaruh Digital Marketing pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo Di Yogyakarta.
- Ghanilia Vioni. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Service Quality, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi Nusantara Card Semesta (Ncs) (Studi Pada Pengguna Ncs Di Purwokerto).
- Hasan, A. (2010). Marketing Dari Mulut Ke Mulut, Cetakan 1. Yogyakarta, Media Pressindo. https://onesearch.id/record/ios3605.jaten-12110000000272?widget=1&library_id=528.
- Hidayat. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab Bike Di Kota Kebumen (Studi Pada Konsumen Ojek Online Grab Bike Di Kota Kebumen) Hidayat Tetra Pradana.
- I K.A.W. Purnawan, & I N. Suarmanayasa. (2021a). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar.
- I K.A.W. Purnawan, & I N. Suarmanayasa. (2021b). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar. 07.
- Imam Ghozali. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi.

- Imam Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Spss 23.
- Intan Rakhmayanti Dewi. (2023). Grab-Gojek Cari Untung, Cek Perbandingan Mahalnya Tarif Ojol. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230404102738-37-427138/grab-gojek-cari-untung-cek-perbandingan-mahalanya-tarif-ojol>.
- Kotler, P. K. L. K. (2012). Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 12. <https://onesearch.id/record/ios6084.slims-5588>.
- Lusia Putri, S., Lasti, D., Hastini, Y., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (Talkers And Tools) Terhadap Keputusan Menggunakan Pelayanan Jasa Go-Jek. Jurnal Benefita, 4(2). <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i3.4178>.
- Miyatul Fatuh, & Widyastuti. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Pengguna Uber Di Surabaya Pusat).
- Mohammad Pambudi Ary Wicaksono, & Ni Ketut Seminari. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka.
- Muh. Haris. (2023). The Influence Of Digital Marketing, Word Of Mouth, Service Quality On The Decision To Use Nakulle Logistics Expedition Services. 2(2), 128–136. <https://doi.org/10.31960/tea.v5i1>.
- Nel Arianty, S. E. , M. M. (2016). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian.
- Ni Made Dhian Rani Yulianti. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's.
- Nova Kurnia Dewi Lestari, & Sri Ekowati. (2020a). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat.
- Nova Kurnia Dewi Lestari, & Sri Ekowati. (2020b). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat.
- Novi Aisha. (2020). Determinan Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online Pada Aplikasi Grab Pada Karyawan Swasta Di Kota Medan. In Jurnal Sosek (Vol. 1, Issue 2). <http://jurnal.bundamediagrupo.co.id/index.php/sosek>.

- Nur Rohmatun Nisa, Rini Rahayu, K., & Ratna Nikin Hardati. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Grab Car Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang).
- Olva Alvionita. (2021). Menggunakan Jasa Grab Di Banjarbaru (Studi Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan).
- Paskah, T., Cahyaningtyas, D., Fauzi, A., Permana, J. R., Maharani, K., Rumahorbo, L. O., Safira, M., & Alfathan, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jpmppt.v1i1>.
- Philip Kotler, & Gary Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran.
- Qurrotul Ayuninna. (2021). Pengaruh Produk Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Keputusan Memilih Klinik Berobat (Studi Pada Klinik Pratama Dr. Vitis Desa Grogol, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri).
- Rahayu Dan Muhammad Edward, P. (2014). E-Journal Unesa Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). www.kompas.com.
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). The Influences Of Promotion Mix And Service Quality On Grabfood Purchasing Decision (Study Of Grabfood Service Users In The City Of Manado During The Covid-19 Pandemic). In 1482 Jurnal Emba (Vol. 9, Issue 3).
- Rindi Salsabila. (2023). Grab Sukses Libas Gojek Di Kandangnya Sendiri, Kok Bisa? [Cnbc Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230121092130-37-407266/grab-sukses-libas-gojek-di-kandangnya-sendiri-kok-bisa](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230121092130-37-407266/grab-sukses-libas-gojek-di-kandangnya-sendiri-kok-bisa).
- Siska Lusya Putri, & Lasti Yossi Hastini. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (Talkers And Tools) Terhadap Keputusan Menggunakan Pelayanan Jasa Go-Jek. Jurnal Benefita, 4(2). <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i3.4178>.
- Siti Maesaroh Eling Ri Kurniati, O., Ilmiah Ekonomi, J., Dan Kepercayaan, H., Maesaroh, S., & Ri Kurniati, E. (2021a). Fokus Ekonomi Online (Survey Pada Pelanggan Go-Jek Di Purwokerto). Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online. [Http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe](http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe).
- Siti Maesaroh Eling Ri Kurniati, O., Ilmiah Ekonomi, J., Dan Kepercayaan, H., Maesaroh, S., & Ri Kurniati, E. (2021b). Fokus Ekonomi Online (Survey

Pada Pelanggan Go-Jek Di Purwokerto). *Ilmiah Ekonomi*.
[Http://Ejournal.Stiepena.Ac.Id/Index.Php/Fe](http://Ejournal.Stiepena.Ac.Id/Index.Php/Fe).

Subagyo. (2010). *Marketing In Business*.

Tawisku Galuh Rufaida. (2021). Pengaruh Ewom, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Vod Netflix.

Tri Mulyani Kartini, Dwi Mustika Panghestu, Kurnia Amirul Ngghifari, Elsa Aprilia, Tannia, & Lafroy Pendola Hasugian. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga Produk Dan Review Pembeli Terhadap Minat Beli Konsumen Di Shopee. In *Prosiding Semanis : Seminar Nasional Manajemen Bisnis (Vol. 2)*.

Wahyu Sintia. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Social Commerce Tiktok Shop.

Wikantara, I. W. A., & Rastini, N. M. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Word Of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(5), 436. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I05.P02>