

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Tjiptono and G. Chandra, “Manajemen Kualitas Jasa,” *Yogyakarta. ANDI*, 2018.
- [2] F. Tjiptono and G. Chandra, “Service, Quality & Satisfaction,” in *Edisi 4*, 2011.
- [3] N. CHOIRUL MARATI, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN GOJEK DI SURABAYA),” *J. Pendidik. Tata Niaga*, 2016.
- [4] P. Kotler and G. Amstrong, *Fundamentos de Marketing*. 2008.
- [5] Atika Zahra, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (STUDI PADA PELANGGAN GOJEK DI KOTA YOGYAKARTA),” *Hilos Tensados*, 2019.
- [6] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management, Global Edition (Vol. 15E)*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556> *Marketing Management*. 2016.
- [7] Suwithi and Anwar, “Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan,” p. 84, 2013.
- [8] P. Kotler, “Marketing Management , Millenium Edition,” *Mark. Manag.*, 2000, doi: 10.1016/0024-6301(90)90145-T.
- [9] Tjiptono, “Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan & Kepuasan,” *Young Consum.*, 2017.
- [10] R. Lupiyoadi, “Manajemen Pemasaran Jasa: Edisi 3,” *Penerbit Salemba empat*, 2016.
- [11] Tjiptono, *Stratergi Pemasaran*. 2008.
- [12] Kotler and Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas*. 2010.
- [13] Tjiptono and Fandy, *Strategi Pemasaran*. 2015.

- [14] W. J. Stanton *et al.*, “Prinsip Pemasaran,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, 2019.
- [15] I. Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*. 2014.
- [16] F. Tjiptono, “Strategi Pemasaran Edisi 3,” *Yogyakarta Andi*, 2019.
- [17] K. dan Armstrong, “Pengertian kualitas produk,” *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED Comf.*, 2008.
- [18] J. F. Engel, R. D. Blackwell, and P. W. Miniard, “Perilaku Konsumen, Jilid 2,” *Jakarta Bin. Aksara*, 2001.
- [19] V. A. Zeithaml, “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence,” *J. Mark.*, 1988, doi: 10.2307/1251446.
- [20] F. & G. C. Tjiptono, *pemasaran strategik*. 2017.
- [21] Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. 2013.
- [22] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Mangement*. 2016.
- [23] S. Arikunto, “Suatu Pendekatan Praktik,” *Jakarta: Rineka Cipta*, 2016.
- [24] Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D),” in *Metodelogi Penelitian*, 2017.
- [25] Dermawan Wibisono, “Metode Penelitian & Analisis Data,” *Salemba Med.*, 2013.
- [26] V. A. Zeithaml, L. L. Berry, and A. Parasuraman, “The behavioral consequences of service quality,” *J. Mark.*, 1996, doi: 10.2307/1251929.
- [27] S. R. Sanusi, “Beberapa Uji Validitas dan Reliabilitas pada Instrumen Penelitian,” *Uji Validitas dan Reliab.*, 2015.
- [28] I. M. Sudiartana and N. P. Y. Mendra, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak,” *Proceeding TEAM*, 2017, doi: 10.23887/team.vol2.2017.170.
- [29] “ANALISIS PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT PADA PERUSAHAAN NON-KEUANGAN TAHUN 2009-2013,” *J. Din. Akunt.*, 2015, doi:

10.15294/jda.v7i2.4129.

- [30] I. Ghozali, “tujuan uji heterokedasitas,” in *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang, 2011.
- [31] K. KHAIRUDIN and . Wandita, “Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER) dan Price To Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan di Indonesia,” *J. Akunt. dan Keuang.*, 2017, doi: 10.36448/jak.v8i1.826.
- [32] Solimun, A. A. R. Fernandes, and Nurjannah, “Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS,” in *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*, 2017.
- [33] Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS,” *Badan Penerbit Univ. Diponegoro*, vol. Semarang:, 2011.
- [34] dimas wahyu, “pengaruh persepi harga dan citra merk terhadap minat pembelian ulang pada jasa transportasi ojek online grab di kota jambi,” 2016.
- [35] Karmila, “pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang transportasi ojek online go-jek di bogor,” *Ekon. dan bisnis*, 20017.
- [36] F. Rosalina and A. Kusumawati, “Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Jasa GrabCar di Kota Malang),” *J. Adm. Bisnis*, 2018.
- [37] Nia Intan Sari, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA JASA GO-JEK,” *Ekon. dan bisnis*, 2017.