

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, & Kotler. (2001). *Prinsip Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- apkpure.com. (n.d.). Retrieved from apkpure.com:  
<https://apkpure.com/id/grabfood-food-delivery-app/com.grab.food.pax>
- Armstrong, & Kotler. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran. edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Carolina, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2014). Pengaruh Marketing Mix (7P) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healty Food Bar Di Malang. *Jurnal Teknologi Pertanian Vol. 15 No. 3*.
- comscore. (n.d.). *comscore.com*. Retrieved from indoneisa's Mobile Only Population and MobileCinsumer Behavior:  
<https://www.comscore.com/Insights/Infographics/Indonesias-Mobile-Only-Population-and-Mobile-Consumer-Behaviour>
- D.K.Ching. (2008). *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Tatanan. Edisi Ketiga*. Jakarta : Erlangga.
- Devina, P., & Andreani, F. (2006). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Susan Spa And Resort Bandungan .
- Dr.H.Ngaliman, W, D. T., & Raymond. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeian Jasa Grab Di Batam .
- ecommerceiq. (n.d.). *ecommerceiq.asia*. Retrieved from Uber, Go-Jek, Grab: What do People in Indonesia Actually Want from Ride-Hailing Apps?:  
<https://ecommerceiq.asia/cp-ride-hailing-apps-in-indonesia/>
- Fernandes, A. A. (2018). Journal of Management Development. *The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategic to customer loyalty*.
- George, Belch, & Michael. (2007). *Advertising and Promotion: AnIntegrated Marketing Communication Perpective. 8th Edition*. New York.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- grab.com. (n.d.). Retrieved from grab.com.
- Gujarati. (2004). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriatno, I., & Irwinsyah, R. (1997). *Modul Praktikum Analisis Tabulasi Silang*. Laboratorium MAP : Jurusan Teknik Planologi UNISBA.
- Juliandi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu Ilmu Bisnis*. Medan: M2000.
- Jusumawatai, R. D., Oswan, R., Utomo, R. B., & Kumar, V. (2014). The Influence of 7P's Of Marketing Mix on Buying Intention Of Music Product In Indonesia. *Procedia Engineering*.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler&Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Marketing Manajemen. 13 Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran 1 edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University .
- Lovelock, & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2004). *“Services Marketing”, Fifth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran Jilid 1, Edisi 4*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

- Munsray, J. (2008). *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi dan Strategi*. Jakarta : Erlangga.
- Mursid, M. (2006). *Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke Empat* . Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Nazir, M. (1988). *Metode penelitian* . Jakarta: Ghalia Indonesia .
- Ndraha, T. (2009). *Pengantar teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- nielsen.com. (2019). *Pemesanan Makanan secara Online Makin Digemari*. Retrieved from databoks.katadata.co.id:  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/26/pemesanan-makanan-secara-online-makin-digemari>
- Payne. (2000). *Pemasaran Jasa, The Essence Of Service Marketing*. Yogyakarta: andi.
- Phillip, K. &. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Prasetijo, & Ihalauw, R. J. (2005). *Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: Andi.
- Rifaldi, K. &. (2016). *pengaruh kualitas pelayanan transportasi online gojek terhadap keputusan pelanggan pada mahasiswa administrasi niaga politeknik negeri jakarta* .
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba.
- Shopback.com. (n.d.). Retrieved from Sering Membandingkan Harga Transportasi Online? Aplikasi Ini Akan Memudahkan Penggunaanya:  
<https://www.shopback.co.id/katashopback/transportasi-online-makin-digemari>
- Simamora, B. (2000). *Panduan riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soewanto, A. A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Gudeg Bu Yul Surabaya. *AGORA Vol. 7, No. 1*.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2002). *Metodelogi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua* . Yogyakarta: BFEE UGM.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Peneitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Walizer, M., & Wienir, P. (1993). *Metode dan Analisis Penelitian Jilid1*. Jakarta: Erlangga.
- websindo. (n.d.). *www.websindo.com*. Retrieved from Indonesia Digital 2019 : Tinjauan Umum: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum/>
- ylki. (2017). *http://ylki.or.id*. Retrieved from Warta Konsumen: Transportasi Online; Kawan atau Lawan?: <http://ylki.or.id/2017/07/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan/>
- Yusuf, P. D. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* . Jakarta: Prenadamedia Group.