

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Kurniawan, Ariyani Indriastuti, J. H. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek. *Jurnal STIE Semarang*, 14(1), 2085–5656.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*No Title.
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 209–220.
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqlah*, 2(1), 86–100.
- Emnistya, I. A., & Prijati. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gojek Di Surabaya (Studi Kasus Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Fatin Navi Cahyati, & Sumaryanto. (2024). Pengaruh Harga, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(3), 109–133. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i3.340>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). Keputusan Pembelian.
- Khoirunnisa, N., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Harga dan Strategi Promosi

- terhadap Keputusan Pembelian Berulang dengan Perilaku Pembelian Impulsif Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna GoFood di Kota Bandung). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3667–3675.  
<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.848>
- Kotler Philip dan Kevin Keller.2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2015. Marketing management an Asian perspective. Pearson one 880 S.
- Kotler, & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (12th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Lina Purnama. n.d. (2020). *PEMBELIAN JASA ONLINE GOJEK*.
- Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Zama Homewear Malang). *Jubis*, 2(2), 18–27.
- Rasyidi, A. A. (2024). Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Gojek Tundung Subali Patma Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 2(1), 318–327.  
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v2i1.3553>
- Santi Apriya, M. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Goride (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi) Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin. *Jieb :*

*Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 224–231.

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Stanton, W. J. (2016). *Prinsip Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, n.d. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi 3, Cetakan Ke-3. 2021.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suharsirni. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.

Basu Swastha, 2017. *Manajemen Pemasaran Modern*; Yogyakarta: BPFE.

Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>

Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: YOGYAKARTA

Tjiptono, Fandy. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. 2020. pp. 21-125

Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent*, 8(1), 70–78. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.888>