

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al Karim

Agustin, Anis, *Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (GO-JEK)*: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, STIESIA Surabaya. Vol 6.nomor.9, September 2017.

Anindhita, Wiratri,dkk.,*Analisis Penerapan Teknologi Informasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online*: Proseding Seminar Nasional INDOCOMPAC, Universitas Bakri Jakarta,2016.

Batara Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka 2003

Darmadi,Wadiman,*Dampak Keberadaan Transportasi Ojek Online (Go-jek) Terhadap angkutan Umum lainnya*: skripsi, UIN Makassar. 2016.

Elvina,Magdalen,*Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab Terhadap Brand Baru Grab*: Jurnal E-komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya.vol.4,nomor 1, 2016.

Gunawan,Steven,*Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car*:AGORA, Universitas Kristen Petra Surabaya.vol.5, nomor. 3, 2017.

Gage Susan M, *Strategi Pelayanan Pelanggan*, Jakarta : Erlangga 2006

Grab, <https://www.grab.com/sg/>, (diakses Tanggal 13 Juni 2018)

J Lexy. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011

J Paul Peter dan Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Damos Sihombing dan Yati Sumiharti. Terjemahan), Jakarta: Erlangga 1996

Kurniasari,PriankaidanSwasta Priambada,*Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*: Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya Malang. vol.58, nomor. 2, 2018.

Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan), Jakarta: Erlangga 2001

Khusaini Ahmad, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Clup Arena Yogyakarta*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta. 2016

Krisiaji Wisnu Chandra, *Prinsip-Prinsip Pemasran*, Jakarta: Erlangga 2001

- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia),<https://kbbi.web.id/masyarakat>, diakses pada (tanggal 28 Februari 2019)
- Leksono,Rafael,BillydanHerwin,*Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online*,Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, UNIAT Jakarta,vol. 2 nomor.3, oktober 2017.
- Manueke,Manuel,dkk.,*Persepsi Masyarakat Tentang transportasi Berbasis Aplikasi Onlinedi Kota Manado*
- Nurman Muhammad. Skripsi, *Analisis Putusan Hakim tentang pembagian harta gono gini di Pengadilan Agama*
- PengertianTransportasiOnline*,<http://belajarpsikologi.com/pengertian-transportasi-online/>. (diakses Tanggal 07 Juni 2018)
- Pengertian Persepsi Menurut Para Ahli*,<http://belajarpsikologi.com/pengertian-persepsi-menurut-ahli/>.(diakses Tanggal07 Juni 2018)
- Swasta Basu, *Azas-Azas Manajemen Modern*, Yogyakarta : Liberty. 1984
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*,Bandung: Alfabeta, 2012
- Sumanto, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*,Yogjakarta: Andi Offset, 1995
- Swasta Basu, *Pengantar Bisnis Modern*, Cet ketiga, Yogyakarta : Liberty 1993
- TransportasiMenurutParaAhli*,<https://www.silontong.com/2018/03/04/pengertian-transportasi-menurut-para-ahli/>.(diakses Tanggal18 Juni 2019)
- TransportasiMenurutParaAhli*,<http://repository.untagsby.ac.id/988/3/BAB%20II.pdf>. (diakses Tanggal18 Juni 2019)
- Mursid .M., 2014. *ManajemenPemasaran* Edisi 1. cetakan 7, Jakarta: Bumi Aksara
- Zahra Atika,*Pengaruh Kualitas Pelanggan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Transortasi Ojek Online:Di Kota Yogyakarta*, 2017.
- Zainal Rivai Veithzal,dkk . *Islamic Marketing Management.*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017