

DAFTAR PUSTAKA

- Faroh, W. N. 2017. Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 4(2).
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 5th edition. Pearson Education Inc.
- Leksono, R. B., & Herwin, H. 2017. pengaruh harga dan promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pengguna transportasi berbasis online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 381-390.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Manggoa, D. A., Bunga, M., & Fanggidae, R. P. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pengguna Ojek Online Grabbike di Kota Kupang). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 1-18.
- Marendra, I. G. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket (Alfamaret atau Indomaret) (Studi kasus di Universitas Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3).
- Reppi, L. V., Moniharapon, S., & Loindong, S. 2021. Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1482-1490.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R & D)*. Alfabeta. Bandung.

Widjaja, A. E., & Indrawati, L. 2018. Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terapan (JBT)*, 2(2), 169-178.

