

DAFTAR PUSTAKA

- Anwardin, K., Saufi, A., & Athar, H. S. (2021). Pengaruh Daya Saing, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keberlangsungan Usaha. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 6–10. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.29>
- Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2013). No Title. *Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran Dari Klaster Industri Software Di India*, 3. <https://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/254>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek.com. (2023). No Titl. <https://www.gojek.com/en-id>
- Gotocompany.com. (2023). *Struktur Grup dan Bisnis*. <https://www.gotocompany.com/about-us>
- Grewal, D., Levy, M., & Kumar, V. (2009). Customer Experience Management in Retailing : An Organizing Framework. *Journal of Retailing*, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretai.2009.01.001>
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konesumen*.
- Iyonda, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Daya Saing Dan Kepuasan Pelanggan Pada Biro Jasa Perjalanan M Trans Wonosobo. *Aleph*, 87(1,2), 149–200. [https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C LUCINEIA CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/prooes](https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C%20LUCINEIA%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/prooes)
- Katadata.co.id. (2024). *Data GTV Gojek*. <https://katadata.co.id/finansial/bursa/65f96e0fd567e/gtv-goto-tembus-rp-606-5-triliun-sepanjang-2023-kerugian-susut-60>
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hal.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo.
- Lee, D. (2015). Absolute Traffic: Infrastructural Aptitude in Urban Indonesia. *International Journal of Urban and Regional Research*, 39(2), 234–250. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12212>
- Margono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Measurable AI. (2023). <https://measurable.ai/>
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing-Making Profitable Decisions* (3rd ed.). McGraw Hill/Irwin.
- Muhardi. (2007). Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing. In *Graha Ilmu* (1st ed.).
- Nurhayati, & K. (2016). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN ULANG: Studi Empiris pada Konsumen Tsabita Bakery di Surakarta*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Polling Institute. (2024). <https://pollinginstitute.id/>
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Palgrave Macmillan.
- Porter, M. E. (2008). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Karisma Publishing Group.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontempores*.
- Saladin, D. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa prinsip, penerapan, penelitian*.
- Wananda, Maulidi, P., Maulidi, W. P., Zahra, H. F., & Hidayat, S. (2024).

Analisis Persaingan Ojek Online Pada Aplikasi Gojek, Maxim Dan Grab.
Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 2(2), 70–79.
<https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.950>

Widyartini, A. A., & Purbawati, D. (2023). *PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP REPURCHASE INTENTION DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN E-COMMERCE* Abigail Alda Widyartini , Dinalestari Purbawati *Administrasi Bisnis , Universitas Diponegoro , Indonesia Em.* 1–11.

Wu, L. Y., Chen, K. Y., Chen, P. Y., & Cheng, S. L. (2014). Perceived value, transaction cost, and repurchase-intention in online shopping: A relational exchange perspective. *Journal of Business Research*, 67(1), 2768–2776.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.09.007>

Zeithaml, Valarie A., M. J. B. dan D. D. G. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (5th ed.). McGraw-Hill Irwin.

Zhao, X., Lynch, J. G., J., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*.
<https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1086/651257>