



## DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Buku 1, Terjemahan oleh Rahma Wijayanti & Gina Gania, Jakarta: Salemba Empat.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. L. (2005). Does Brand Trust Matter to Brand Equity?. *Journal of Product & Brand Management*, 14(3), 187-196.
- Fadhila, Annisa R. (2021), "PPKM Level 2 Artinya Apa dan Aturan Terbarunya", diakses pada 19 Oktober 2021, <https://news.detik.com/berita/d-5742374/ppkm-level-2-artinya-apa-dan-aturan-terbarunya>
- Firdausy, C., & Idawati, R. (2017). Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 3(2), 42-49.
- Firmansyah, Muhammad A. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*, Pasturuan: Qiara Media.
- Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek (2021), "Tetap Bertanggung Jawab Saat GoCar & GoRide: Yuk Cegah Penyebaran Virus Corona (COVID-19) Bersama", diakses pada 19 Oktober 2021, <https://www.gojek.com/blog/gojek/cegah-corona-saat-naik-gojek/>
- Gojek Indonesia (2020), diakses pada 21 Oktober 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=0GNM4g24LRE>
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson (2019), *Multivariate Data Analysis*, Edisi 7, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajemen*. 15th Edition. Pearson Education Published
- Latan, Hengky & Imam Ghozali (2017), *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0*, Edisi 3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Le, Q. H., Nguyen, L. T. T., & Pham, N. T. A. (2019). The Impact of Click and Collect's Service Quality on Customer Emotion and Purchase Decision: A Case Study of Mobile World in Vietnam. *The Journal of Asia Finance, Economics and Business*, 6(1), 195-203.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Majeed, Sohail & Razzak, Sana (2011). The Impact of Television Advertisement Repetition, Celebrity Endorsement and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision At Karachi, Pakistan. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(2), 3044-3051.

Miswanto, M., Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. S. (2019). The Effect of Brand Image, Brand Trust and Reference Group on the Buying Decision of Sneakers. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 1(2), 105-118.

Miswanto, M., Mubarak, R. R., & Wijaya, N. H. S. (2019). The Effect of Brand Image, Brand Trust and Reference Group on the Buying Decision of Sneakers. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 1(2), 105-118.

Pandamsari, Aulia P. (2020), "Penumpang Angkutan Daring Turun, tapi Terbuka Peluang Lain", diakses 17 Oktober 2021, <https://lokadata.id/artikel/penumpang-angkutan-daring-turun-tapi-terbuka-peluang-lain>.

Play Store (2021), diakses pada 20 Oktober 2021, <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gojek.app>.

Poluan, J. G., Lumintang, G. G., & Untu, V. N. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*, 4(3)

Purba, P. Y., Andi, A., Pratiwi, T., Jensen, J., & Irwansyah, A. (2020). Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on Purchasing Motorcycle Parts. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 455-463.

Putra, P. Y. & Soebandi, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sports Shoes in Surabaya. *Journal of World Conference*, 1(1).

Sekaran, Uma & Roger Bougie (2017a), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 1, Terjemahan oleh Kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat.

Setiawan, Budi, and Celia Celesta Rabuani. (2019). "Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian." *Riset* 1(1):001–015. doi: 10.35212/277621.

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

Widokarti, Joko R. & Donni J. Priansa (2019), *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Pustaka Setia.

Nasution, H., Choirul, M., Derriawan (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Customer Serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Maskapai PT. Lion Air Jakarta). *EkoBisMan-Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen* Vol. 3 No. 2

Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 4

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.