

Daftar pustaka :

- Bayu, D. C. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)', *Perspektif*, 16(1), pp. 1–6.
- Ghozali (2019) 'Uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis', pp. 47–63.
- Hutagalung, E. A. *et al.* (2022) 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Diskon Harga Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Layanan Aplikasi Grab di Kota Medan.', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), pp. 1125–1139. Available at: <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/573%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/573/449>.
- Juniantara, I. M. A. and Sukawati, T. G. R. (2018) 'Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), p. 5955. doi: 10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06.
- Kahvi, R. . (2022) 'ANALISIS PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB', *Braz Dent J.*, 33(1), pp. 1–12.
- Kresnamurti, R.P., Suneni and Febrilia, I. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab', *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), pp. 204–225.
- Kurniawan, M. and Hildayanti, S. K. (2019) 'Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab)', *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), p. 86. doi: 10.35908/jeg.v4i2.757.
- Pradnyana, I. B. P. and Suryanata, I. G. N. P. (2021) 'Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(1), p. 82. doi: 10.24843/ejmunud.2021.v10.i01.p05.
- Santosa, D. G. W. and Mashyuni, I. A. (2021) 'Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar', *Widya Amrita*, 1(1), pp. 290–302. doi: 10.32795/widyaamrita.v1i1.1176.
- Sianipar, G. J. . (2019) 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan).', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19, pp. 183–196. doi: 10.54367/jmb.v19i2.576.
- STEI INDONESIA (2017) 'Bab iii metoda penelitian 3.1.', *Bab III Metoda Penelitian*, Bab iii me, pp. 1–9.

- Subagya, D. (2021) ‘Pengaruh Produk , Harga , Tempat , dan Promosi Terhadap Kepuasan’.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Surianto,K.N. and Istriani, E. (2019) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta’, *Prosiding SENDI -U 2019*, pp. 345–358.
- Ulinuha, G. (2021) ‘Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online’, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), pp. 422–447. doi: 10.38043/jmb.v18i4.3271.
- Wulandari, S. R. and Susanti, A. (2021) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab’, *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), pp. 67–78. doi: 10.30812/target.v3i1.1169.