

DAFTAR PUSTAKA

- Cossebeum, Leighton. 2015. "Orang ini mengubah Go-Jek dari zombie menjadi startup terpanas di Indonesia" <https://www.techinasia.com/indonesia-gojek-nadiem-makarim-profile> diakses pada 26 Februari 2022
- Jayanti C. 2020. Pengaruh Promosi dan Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan GoPay Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Bukittinggi). **Skripsi** pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Pada IAIN Bukittinggi (**tidak dipublikasikan**)
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lina Purnama, 2020. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek di Kota Tangerang. **Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara**. Vol 2 : hlm 45.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2016. *Manajemen Pemasaran jasa*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Malau, Herman. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- "Sejarah Gojek", <https://www.gojek.com/en-id/about/> diakses pada 24 Maret 2022
- Simanjuntak L.L, dan Yoestini. 2021. Analisis Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Harga, dan Promosi Terhadap Penggunaan GoPay di Semarang pada Masa Covid-19. **Diponegoro Journal of Management**. Vol 10: hlm 1-10
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2018. *Metode penelitian Kuantitatif pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yusi, M. Syahirman & Umi Idris, 2020. *Statistika untuk ekonomi, bisnis, dan Sosial*. Yogyakarta: Andi.