

DAFTAR PUSTAKA

- Alexanderyansyah. About Maxim. <https://id.taximaxim.com/about/?city=7242-Palembang&referer=self>. diakses pada 4 Maret 2022.
- Adrian, Payne., 2014. *Pemasaran Jasa The Essence of Service Marketing*. Yogyakarta.
- Assauri, Sofyan., 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FE UI.
- Assauri, Sofyan., 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Armstrong, G. & Kotler, P. 2017. *Principles of Marketing* (17th red). Prentice Hall, Inc. A Pearson Education Company, Upper Saddle River, New Jersey.
- Barrett, Kim E., 2012. *Buku Ajar Fisiologi Kedokteran Ganong*. Jakarta: EGC Medical.
- Budiyanto, Albert dan Rizki Novita Sari., 2016. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek i-Phone. Institut bisnis nusantara Jl. D.I. Panjaitan Kav. 24 Jakarta 13340, *ESENSI*. Vol 19: hlm 3.
- Cariduit.id. Inilah Perbedaan Maxim, Grab dan Gojek yang Harus Anda Tahu <https://www.cariduit.id/2020/05/inilah-perbedaan-maxim-grab-dan-gojek.html>. diakses pada 30 Maret 2022.
- Erwin.; Purboyo, P.; Hastutik, S.; Kusuma.; Sudirman, A.; Sangadji, Suwandi S; Wardhana, A.; Kartika, Riana Dewi; Erwin; Hilal, N.; Syamsuri, S. PERILAKU KONSUMEN (TINJAUAN KONSEPTUAL & PRAKTIS) <https://econpapers.repec.org/paper/osfosfxxx/rwy65.htm>. diakses pada 10 Maret 2022.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2018. *Principles of Marketing* (Seventeenth Edition). Harlow: Pearson Education.
- Farah, G. Infojek. <https://www.infojek.com/tarif-maxim-per-km/>. diakses pada 10 Maret 2022.
- Fitriana Andriyani. Berlaku Mulai Besok, Ini Tarif Baru Ojek Online Berbagai Zona di Indonesia <https://ambon.tribunnews.com/2019/09/01/berlaku-mulai-besok-ini-tarif-ojek-online-berbagai-zona-di-indonesia>. diakses pada 28 Maret 2022.

- Kotler, P., dan Amstrong, G., 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing (Edisi Ke Tujuh)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2013. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Marno dan M. Idris., 2009. *Strategi dan Metode Pengajaran*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mosavi, Seyed Alireza dan Mahnoosh Ghaedi, (2012), "Role of perceived value in explaining trust and repurchase intention in e-shopping," *African Journal of Business Management*, Vol. 6(14), pp. 4910-4920.
- Nazir, Moh., 2005. *Metodologi Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Perusahaan Maxim. <https://id.taximaxim.com/id/about/>. diakses pada 10 Maret 2022.
- Rambitan, V. M. M dan Mirna P. S. 2013. Pengaruh pupuk kompos cair kulit pisang kepok (*Musa paradisiaca* L.) terhadap pertumbuhan dan hasil tanaman kacang tanah (*Arachis hypogaea* L.) sebagai penunjang praktikum fisiologi tumbuhan. *Jurnal EduBio Tropika*. 1(1) : 1-60. Universitas Mulawarman, Samarinda. Kalimantan Timur.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sedjati, Retina Sri., 2015. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono, 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Shintaputri, I., & Wuisan, A. J. (2017). *The Impact of Perceived Price towards Perceived Value Through the Mediation of Perceived Quality: A Case of Brand X Smartphone in Indonesian Middle-Class Customers*. *International Business Management Program*, 31.
- Thea Fathanah Arbar. Masuk ke Indonesia, Ini Kontroversi Ojol Maxim Asal Rusia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/201912291615253712632->

[9/masuk-ke-indonesia-ini-kontroversi-ojol-maxim-asal-rusia](#). diakses pada 28 Maret 2022.

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, 2016. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Yusi, H. M. Syahirman dan Umiyati Idris. 2010. *Statistika untuk Ekonomi dan Penelitian*. Palembang: Citrabooks Indonesia.

Zeithaml and Bitner (Yang Di Kutip Oleh Ratih Hurriyati). 2015. *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen, Services Marketing (Fifth Edition)*, New York: The McGraw-Hill Companies Inc.