

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty. *ABAC Journal*, 29(1).
- Al-Rasyid, F. (2019). 'Resahkan' Kompetitor, Maxim Ternyata Bukan Perusahaan Ojek Online. Retrieved December 17, 2020, from rbth.com website: <https://id.rbth.com/economics/81796-maxim-ojol-asal-rusia-wyx>
- Amanah, D., Hurriyanti, R., Gaffar, V., Wibowo, L. A., Harahap, D. A., Agustini, F., & Saragih, Y. D. (2017). Which Is More Influential In Online Purchasing Decisions: Price Of Trust. International Conference On Islamic Economics, Business, and Philanthropy. ISBN: 978-989-758-315-5
- Amanullah, B. (2014). *Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking(Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Andissa, Cindy. (2020). Driver Ojol Kusayang, Driver Ojol Kubenci. Retrieved February 03, 2021. from mediakonsumen.com website: <https://mediakonsumen.com/2020/06/04/surat-pembaca/driver-ojol-kusayang-driver-ojol-kubenci>
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1–8.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka

Belajar.

- Batubara, I. S. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Transportasi Online (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Persepsi Mahasiswa Terhadap Layanan Grab Di Kalangan Mahasiswa Fisib USU). Universitas Sumatera Utara
- Bayu, D. J. (2020). Grab dan Gojek, Layanan Transportasi Online Paling Populer di Masyarakat. Retrieved December 16, 2020, from Katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-sering-digunakan-masyarakat>
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2010). *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta: Erlangga.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2017). Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739.
- Cahya, P. (2018). Makin Ketat, Begini Persaingan Tiga Transportasi Online Terbesar di Indonesia. Retrieved December 16, 2020, from idntimes.com website: <https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/persaingan-tiga-transportasi-online-terbesar/4>
- Danis, T. C. E., Istiyanto, B., & Ardyan, E. (2017). The Effect Of Electronic Word Of Mouth, Trust, Perceived Risk, And Site Quality On Transactions Using E-Commerce. International Conference. ISBN: 978-979-3220-41-3
- Davis, F. D., & Bagozzi, R. (1989). User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982.

<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>

- Dewi, R. Y., Yulianeu, Haryono, A. T., & Gagah, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli BUKALAPAK.COM). *Journal of Management*, 3(3).
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). ISBN: 978-979-3649-99-3.
- Dewi, S. A. N. T., & Dwirandra, A. (2013). Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Pengguna Aktual Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Implementasi Sistem Informasi Keuangan Daerah Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(1), 196–214.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer-Seller Relations. *Journal of Marketin*, 61(2), 35–51.
- Fadli., & Inneke, Q. (2008). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor. Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Di Sumatera. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Fiandri, Niko. (2018). Wajib Tahu, Pengakuan Pengemudi Ojek Online Kenapa Sering Salah Cari Alamat. Retrieved Februari 03, 2021, from gridoto.com website: <https://www.gridoto.com/read/221020246/wajib-tahu-pengakuan-pengemudi-ojek-online-kenapa-sering-salah-cari-alamat-konsumen>

- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal Of The Association For Information Systems*, 3, 27–51.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gu, J., Lee, S., & Suh, Y. (2009). Determinants Of Behavioral Intention To Mobile Banking. *Expert Systems With Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Guilford, J. . (1956). *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Gujarati. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (5th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hamdani, T. (2019). Ojol Rusia Mulai Seliweran di Indonesia, Kemenhub Baru Tahu. Retrieved December 17, 2020, from detikFinance website: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4667938/ojol-rusia-mulai-seliweran-di-indonesia-kemenhub-baru-tahu>.
- Hamidu, S.H. (2019). *Jasa Transportasi Online (Studi Komparatif Pengambilan Keputusan Mahasiswa Pengguna Gojek dan Grab Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*. Universitas Negeri Makassar
- Handayani, T., & Ansori (2009). Pengaruh Celebrity Endorser The Changouters Terhadap Keputusan Pembelian Flexi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia (Studi Kasus Terhadap Sikap Mahasiswa Unikom Dalam Memutuskan Membeli Flexi).

<https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl->

Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com)*. Universitas Diponegoro.

Hatami, H. (2020). *Perlindungan Konsumen Jasa Transportasi Online Di Kota Banda Aceh (Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)*. Universitas Islam Negeri AR-RANIRY Banda Aceh.

Helmi, M. S. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu*. Universitas Pasir Pengaraian.

Iffan, M., & Soegoto, H. S. (2017). *Pengaruh Iklan, Endorser, Dan Display Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Di JG Motor Ujungberung Bandung)*. *Urnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2.

<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/article/download/469/1184>

Jafri, M., & Dwijayanti, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. ISSN: 2337-6078

Jogiyanto, H. . (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman*. Yogyakarta: BPF.

Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN

Malang Press.

Komala, K. (2020). *Jurnal Analisis Ertos Kerja*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kusnandar, V. B. (2019). Berapa Pangsa Pasar Jasa Layanan Transporasi Online Indonesia? Retrieved December 16, 2020, from Katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/05/berapa-pangsa-pasar-jasa-layanan-transportasi-online-indonesia>

Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2).

Mangifera, L., & Isa, M. (2017). Komitmen Dan Kinerja Driver Ojek Online Di Kota Surakarta. Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis.

Marlina, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi pada pengguna Motor Honda Vario di Kecamatan Muara Bulian). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116–125.

Maxim. (2020). Selama 1 Tahun, Pertumbuhan Pengguna “Maxim” Naik Hingga 31 Kali. Retrieved December 17, 2020, from taximaxim.com website: <https://id.taximaxim.com/uz/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali/>

Maxim. (2020). Kebijakan Privasi "Maxim Dalam Rangka Pengolahan Data

Pribadi. Retrieved Maret 03, 2021, from taximaxim.com website:
<https://taximaxim.com/id/term/policy-client/>

Melindah, V. (2020). Penggunaan *Global Positioning System* Oleh Pengendara Ojek Online Prespektif *Malahah Mursalah*. *Jurnal Of Islamic Business Law*, 4(3)

Misnarum, M., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unisma Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen JL. MT Haryono 193 Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 7(3), 21–34.

Miswan., & Angelia. Y. R. (2019). The Influence Of Customer Satisfaction On Trust, Word Of Mouth, And Repurchase Intention: Case For Consumen Of Souvening Stroses In Yogyakarta. *International Conference On Enterpreneurship and Business Managemen*. ISBN: 978-989-758-363-6

Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online LAZADA. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan Tahun XV*, (2), 87–94.

Narimawati, A. (2007). *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media.

Narimawati, U., Anggadini, S. D., & Ismawati, L. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah : Panduan Awal menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis.

Nugroho, P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *Mobile Payment* Dengan Pendekatan *Extended The Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology*. DEpartemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi Universitas Gajah Mada.

Nuryakin., Surwanti, A., & Wikana, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Rasa Percaya Pada Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. EMKA ARCHITECT Group). National Conference On Applied Business). ISBN: 978-602-9026-29-0

Ong, C. S., Day, M. Y., & Wen-LianHsu. (2009). A Measurement of User Satisfaction with Question Answering Systems. *Information & Management*, 46(7), 397–403.

Patty, R. (2014). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Grifabell. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2).

Primaldhi, A. (2017). *Hasil Riset Manfaat Sosial Aplikasi On-Demand - Studi Kasus Gojek-Indonesia*. Universitas Indonesia.

Purnama, Jaya. (2020). Video Pelatihan Driver Maxim Untuk Pemula. Retrieved Maret 03, 2021, from ruangojol.com website:
<https://www.ruangojol.com/2020/10/kumpulan-video-pelatihan-driver-maxim.html>

Purnama, R. (2020). Sempat Diblokir, Ojol Maxim Kembali Beroperasi di Indonesia. Retrieved December 16, 2020, from cnnindonesia.com website:

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200911192410-384->

[545512/sempat-diblokir-ojol-maxim-kembali-beroperasi-di-indonesia](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200911192410-384-545512/sempat-diblokir-ojol-maxim-kembali-beroperasi-di-indonesia)

Rai, A., Lang, S. S., & Welker, R. B. (2002). Assessing the Validity of IS Success Models: An Empirical Test and Theoretical Analysis. *Information System Research*, 13(1), 29–34.

Ramadhani, M. D., & Maskur, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan, WebsitesShopee, Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang). ISBN: 978-979-3649-72-6

Review Ojol Maxim di Play Store: Kasihan dengan Drivernya Hingga Pengguna Kesulitan. (2019). Retrieved December 18, 2020, from [transonlinewatch.com](https://www.transonlinewatch.com) website: <https://www.transonlinewatch.com/review-ojol-maxim-di-play-store-kasihan-dengan-drivernya-hingga-pengguna-kesulitan/>

Robbins, S. T., Judge, T. A., & Hasham, E. S. (2007). *Organizational Behavior*. England: Arab World Edition.

Rofiq, A., & Mula, J. (2010). The Effect of Customers' Trust on E-Commerce: A Survey of Indonesian Customer B to C Transactions. *International Conference on Arts, Social Sciences & Technology*, 1–9.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metode Penelitian. Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Santy, Raeni Dwi, & Haniawati, D. (2020). Analysis of Electronic Wallets Use

Patterns Among Students In Online Transportation Services. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering Paper*.
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012124>

Santy, Raeni Dwi, & Atika, S. D. (2019). Purchasing Decisions In Terms Of Perceived Quality And Product Knowledge. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 112, 94–99. <https://www.atlantispress.com/proceedings/icobest-ebm-19/125931977>

Saragih, L. M. S. (2019). Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online B2C Dikota Medan . *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi*, 91–95. Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi. ISBN: 978-602-52720-2-8.

Sari, A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.om*. Klaten: Lakeisha.

Setiawati, E., & Tyas, A. A. W. P. (2015). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Xall For Papers UNISBANK*. ISBN: 978-979-3649-81-8.

Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 150–167.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumartomdjo, M. (2019). Pentingnya Fitur Keamanan Di Transportasi Online. Retrieved Maret 02, 2021, from Kontan.co.id website: <https://industri.kontan.co.id/news/pentingnya-fitur-keamanan-di-transportasi-online>.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Surahman. S., & Setiawan. E. B. (2017). Aplikasi *Mobile Driver Online* Berbasis Android Untuk Perusahaan Rental Kendaraan. Universitas Komputer Indonesia, 8(1).
- Surya. (2020). Maxim Indonesia Siap Memberikan Layanan Terbaik Untuk Kehidupan Masyarakat. Retrieved Maret 02, 2021, from surabaya.tribunnews.com website: <https://surabaya.tribunnews.com/2020/12/28/maxim-indonesia-siap-memberikan-layanan-terbaik-untuk-kehidupan-masyarakat?page=2>
- Susan, A. (2014). *Sistem Informasi Manajemen konsep dan pengembangannya*. Bandung: Lingga Jaya.
- Susilawati, E., & Wahdiniwaty, R. (2017). Pengaruh Kepribadian Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Produk Novel Di Toko Buku Bandung Book Center Wilayah Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 1(1). <http://jimm.mm.pasca.unikom.ac.id/jurnal/pengaruh-kepribadian-dan.2u/2.pdf>
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tampi, D., Soegoto, A. S., & Sumarauw, J. S. B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk,

- Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesaa. *Jurnal EMBA*, 4(1), 990–999.
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk VAPE Di Instagram. Effect Of Informantion Quality, Trust And Ease Of Consumer On VAPE Product Purchase Decisions On Instagram. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4935–4944.
- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2013). *Kemudahan , dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*. 1(2), 1–21.
- Tumuwe. R., Damis. M., & Mulianti. T. (2018). Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi Manado.
- Tyo. (2020). Aplikasi Maxim Tawarkan Tarif Murah, Keamanan Penumpang Dipertanyakan. Retrieved Maret 02, 2021, from jogjaaja.com website: <https://jogjaaja.com/read/aplikator-maxim-tawarkan-tarif-murah-keamanan-penumpang-dipertanyakan>
- Utama, R. O. (2020). Pengaruh Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan Dan Biaya Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Aplikasi *Online Trading* Pada PT FAC Sekuritas Indonesia. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 185–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Webber, R. (1999). *Information System Control and Audit, First Edition, Upper Saddle River, New Jersey*. Prentice Hall Inc.

- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607–618.
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fasion Di LAZADA. *Jurnal AGORA*, 6(2).
- Wijayanti, U., & Wahdiniwaty, R. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Exsport Pada Pt. Eksonindo Multi Product Industry Di Bandung Selatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 2(1).
- Wirartha, I. M. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zulfikar, R., Kartini, D., Suryana, Y., & Mulyana, A. (2018). *The Relationship Between Market Orientation On Performance Marketing: A Research Model*. <https://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptunikompp-gdl->