

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. 28 Februari 2023. Komplotan Penipu Order Fiktif di Aplikais Maxim Taxsee ID Sangat Merugikan Driver. 23/08/2023. <https://mediakonsumen.com/2023/02/28/surat-pembaca/komplotan-penipu-order-fiktif-di-aplikasi-maxim-taxsee-id-sangat-merugikan-driver>.
- Adiyanti, A. I., & Pudjihardjo, M. (2014). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 3(1).
- Agustin, A., & Khuzaini, K. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(9).
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, 6(2), 112-121.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arslan, R., & Mustikasari, A. (2019). Analisis Implementasi Kualitas Layanan Jasa Pada Toyota Auto2000 Soekarno Hatta Bandung 2018. *Eproceedings Of Applied Science*, 5(1)
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompert Digital Ovo. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 54-61.
- Bagas, Fahmi. Kamis, 19 Januari 2023. 12.30. Kelebihan dan Kekurangan Maxim, Ojek Online dengan Tarif Murah. 25/08/2023. <https://nextren.grid.id/read/013659160/kelebihan-dan-kekurangan-maxim-ojek-online-dengan-tarif-murah?page=all>
- Banggoi, R., Mendo, A. Y., & Asi, L. L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 242-249.
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Bisma (Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 204-217.
- Bayu, D. P., Bagus, I., & Sulistyawati, E. (2019). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Niat Beli Konsumen Dimediasi Brand Preference* (Doctoral Dissertation, Udayana University).

- Crystrie, D. A., & Adhianur, S. (2022). Pengaruh Inovasi Ojek Menjadi Ojek Online Pada Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0:(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tasikmalaya). *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 52-59.
- Dam, T. C. (2020). Influence Of Brand Trust, Perceived Value On Brand Preference And Purchase Intention. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(10), 939-947.
- Dewi, N. M. P., & Aksari, N. M. A. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Perceived Benefit, Dan Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Kartu Kredit Di Indonesia* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Dharmayana, I. M. A., & Rahanatha, G. B. (2017). *Pengaruh brand equity, brand trust, brand preference, dan kepuasan konsumen terhadap niat membeli kembali* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Ebrahim, R., Ghoneim, A., Irani, Z., & Fan, Y. (2016). A Brand Preference And Repurchase Intention Model: The Role Of Consumer Experience. *Journal Of Marketing Management*, 32(13-14), 1230-1259.
- Erica, D., & Al Rasyid, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta. *Perspektif: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(2), 168-176.
- Fahmi Bagas. 19 Januari 2023. Kelebihan dan Kekurangan Maxim, Ojek Online dengan Tarif Murah. Diakses pada Kamis, 14/09/2023. <https://nextren.grid.id/read/013659160/kelebihan-dan-kekurangan-maxim-ojek-online-dengan-tarif-murah?page=all>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Finance.Detik.Com. Kamis, 19 Agustus 2021, 12.42. *Viral! Penumpang Maxim Diancam Dibunuh Oleh Driver Online*. 3/07/2023. <https://Finance.Detik.Com/Berita-Ekonomi-Bisnis/D-5687955/Viral-Penumpang-Maxim-Diancam-Dibunuh-Driver-Online>
- Firmansyah, A. M. Buku Pemasaran Produk dan Merek. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Ganyang, M. T. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Knowledge Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 71-80.
- Gunawan, S. (2017). Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car Di Surabaya. *Agora*, 5(2).

- Handarkho, Y. D. (2020). The Intentions To Use Social Commerce From Social, Technology, And Personal Trait Perspectives: Analysis Of Direct, Indirect, And Moderating Effects. *Journal Of Research In Interactive Marketing*, 14(3), 305-336.
- Hariadi. 29 Mei 2023. Inilah Perbedaan Maxim, Grab dan Gojek yang Harus Anda Ketahui. Diakses pada 4/09/2023. <https://bekasi.urbanjabar.com/teknologi/3118946292/inilah-perbedaan-maxim-grab-dan-gojek-yang-harus-anda-ketahui?page=2>
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2013). Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. *European Journal Of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Iffan, M., & Suhendar, P. W. (2022). The Effect of the Use of Electronic Commerce and User Work Effectiveness on Business Performance in Publishing Businesses in Bandung Regency. In *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities* (Vol. 5, pp. 14-18).
- Jamna, S. A. 26 Juni 2023. 09.07. 5 Kota Terbesar di Indonesia, Nomor 1 Jumlah Penduduk Sangat Padat. <https://economy.okezone.com/read/2023/06/26/470/2837034/5-kota-terbesar-di-indonesia-nomor-1-jumlah-penduduk-sangat-padat?page=2>
- Kirana, I. D. A. I., & Kerti Yasa, N. N. (2013). *Peran Gender Dalam Memoderasi Pengaruh Perceived Benefit Dan Perceived Cost Terhadap Niat Menggunakan Kartu Kredit Di Kota Denpasar* (Doctoral Dissertation, Udayana University).
- Kompas.com. 27/10/2015. Ojek Online, Melanggar UU atau Memudahkan Masyarakat. Diakses pada 28 Agustus 2023. <https://megapolitan.kompas.com/read/2015/10/27/10480771/Ojek.Online.Melanggar.UU.atau.Memudahkan.Masyarakat.?page=all>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition)* (Harlow)
- Kurniaputri, M. R. (2020). Brand Equity Dan Labelisasi Halal Dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450-458.
- Lestari, C. S., & Zulfikar, R. (2022). The Influence Of Attitudes Toward Brands And Attitudes Toward Advertising On Brand Preferences On Advertisements For Dove Shampoo Products (Case Study On Consumers Of Dove Shampoo Products At Minimarket X In Tasikmalaya City). *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 2(2), 157-164.
- Leung, Y. (2013). Perceived Benefits. *Encyclopedia Of Behavioral Medicine*, 1450-1451.

- Maulana, F., & Santy, R. D. (2021). Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Kasus Terhadap Pengguna Aplikasi Tokopedia di Kota Bandung). *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 1(1), 84-92.
- Mediakonsumen.Com, 27 Oktober 2022. *Pengemudi Maxim Sengaja Berlama-Lama Untuk Menaikan Tarif Tunggu*. 14 Juni 2023. <https://Mediakonsumen.Com/2022/10/27/Surat-Pembaca/Pengemudi-Maxim-Sengaja-Berlama-Lama-Untuk-Menaikkan-Tarif-Tunggu>
- Merdeka.Com, Rabu, 7/12/2022, 15.20 Wib. *Survei Indef: Gojek Jadi Transportasi Online Paling Banyak Digunakan Masyarakat*. 29/06/2023. <https://www.Merdeka.Com/Uang/Survei-Indef-Gojek-Jadi-Transportasi-Online-Paling-Banyak-Digunakan-Masyarakat.Html>
- Musyafa, M. (2020). Pengaruh Demografis, Brand Image Dan Perceived Benefit Terhadap Keputusan Nasabah Menjadi Mitra Pt. Bprs Lantabur Tebuireng Cab. Mojokerto. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(2), 209-232.
- Narimawati, U. (2007). Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media.
- Narimawati, Umi. (2010) Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi. Jakarta: Genesis.
- Narimawati, Umi, Sri Dewi Anggadani Dan Lina Ismawati. 2011. Penulisan Karya Ilmiah : Panduan Awal Menyusun Skripsi Dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi Unikom. Bekasi: Penerbit Genesis
- Nurhikmah, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek): Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646-656.
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Park, J. A., Sung, J. M., Son, J. M., Na, K., & Kim, S. K. (2019). Athletes' Brand Equity, Spectator Satisfaction, And Behavioral Intentions. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*

- Pekerti, R. I., & Briliana, V. (2016). Pengaruh Perceived Benefits, Perceived Risks, Hedonic Motivations, Psychological Factors Dan Website Design Terhadap Online Buying Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(2), 147-158.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam-Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274-284.
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., Freitas, A. S. D., & Rodrigues, J. W. (2018). The Effect Of Trust In The Intention To Use M-Banking. *Bbr. Brazilian Business Review*, 15, 175-191.
- Ruber.id. Rabu, 1 Maret 2023. Perbedaan Aplikasi Maxim dan Gojek, Pilih Mana Ya?. 22/08/2023. <https://ruber.id/perbedaan-aplikasi-maxim-dan-gojek-pilih-mana-ya/>
- Sahfrudin. 2023. Rating Driver Maxim. 23/08/2023. <https://www.ojolakademi.com/rating-driver-maxim/>
- Sanjaya, E. (2013). Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Preference Pada Produk Pt. Sunlife Financial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(5).
- Saputra, S. I., & Syahrul, A. R. (2019). Pengaruh Perceived Benefit Dan Perceived Sacrifice Terhadap Perceived Customer Value Dan Purchase Decision Produk Fashion Melalui Website Lazada Di Kota Padang. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(2), 34-47.
- Setiawan, J. J. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Subjective Norm, Dan Customer Experience Terhadap Intention To Use Mytelkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 12.
- Simanjuntak, K., & Keni, K. (2022, April). The Effect Of Co-Brand Preference, Perceived Benefits Of Co-Branding, And Co-Brand Equity Towards Intention To Use The Co-Branded Credit Card And Airline. In *3rd Tarumanagara International Conference On The Applications Of Social Sciences And Humanities (Ticash 2021)* (Pp. 51-57). Atlantis Press.
- Sugianto, S., & Kurniawan, M. A. (2020). Tingkat Ketertarikan Masyarakat Terhadap Transportasi Online, Angkutan Pribadi Dan Angkutan Umum Berdasarkan Persepsi. *Jurnal Teknologi Transportasi Dan Logistik*, 1(2), 51-58.

- Sugiyono, Prof Dr (2010). "Metode Penelitian Pendidikan." Pendekatan Kuantitatif.
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, Cv
- Susanto, N., & Daya, K. S. (2018). Analisis Perilaku Konsumsi Jasa Layanan Transportasi Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Pernah Menggunakan Jasa Layanan Transportasi Online Yaitu Diantaranya Grab, Uber Dan Gojek). *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*, 1, 4-18.
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah Ilmiah Unikom*, 17(1), 43-52.
- Tambunan, R. R. F., Sihotang, J. I., & Mambu, J. Y. (2021). Analisa Tingkat Kepuasan Kerja Driver Maxim Terhadap Sistem Layanan Maxim Dengan Pieces Framework. *Cogito Smart Journal*, 7(2), 339-348.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. (2017). Analyzing Customer Satisfaction: Users Perspective Towards Online Shopping. *Nankai Business Review International*, 8(3), 266-288.
- Tomi. 31 Juli 2019. Konsumen Lebih Pilih Aplikasi Gojek, Ini Alasannya. Diakses pada tanggal 25 Agustus 2023. [https://www.krjogja.com/nasional/1242544330/konsumen-lebih-pilih-aplikasi-gojek-ini-alasannya#:~:text=Menurut%20David%2C%20tren%20pengguna%20jasa,n yaman%20serta%20bersih%20\(53%25\).](https://www.krjogja.com/nasional/1242544330/konsumen-lebih-pilih-aplikasi-gojek-ini-alasannya#:~:text=Menurut%20David%2C%20tren%20pengguna%20jasa,n yaman%20serta%20bersih%20(53%25).)
- Triani, M. R., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh trust, perceived risk, perceived usefulness, dan perceived ease of use terhadap intention to use pada aplikasi mobile tiket. com. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). Pengguna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Holistik, Journal Of Social And Culture*.
- Vidio. Tribunnews.Com, 12 Juni 2023. *Tak Sopan! Driver Ojol Maxim Sengaja Minta Bayaran Lebih. Turunkan Penumpang Di Jalan & Matikan Ac*. Diakses Pada Tanggal 5 Juli 2023. <https://Video.Tribunnews.Com/View/621277/Tak-Sopan-Driver-Ojol-Maxim-Sengaja-Minta-Bayaran-Lebih-Turunkan-Penumpang-Dijalan-Matikan-Ac>

- Wang, E. S. (2013). The Influence Of Visual Packaging Design On Perceived Food Product Quality, Value, And Brand Preference. *International Journal Of Retail & Distribution Management*.
- Wang, Z., & Li, H. (2016). Factors Influencing Usage Of Third Party Mobile Payment Services In China: An Empirical Study.
- Widana, I.W., And Darma, G.S. 2018. Branding Denpasar Smart City Guna Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Vol 15 (1). Pp. 176-199.
- Wulansari, R. 29 Mei 2023. Perbandingan Tarif Ojol Terbaru 2023, Mana yang lebih murah? 23/08/2023.  
<https://bekasi.urbanjabar.com/teknologi/3118950878/perbandingan-tarif-ojol-gojek-maxim-dan-grab-terbaru-2023-mana-yang-lebih-murah> .