

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Buchory, H., A., & Dajslim, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Daryanto. (2015). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djaslim, S., & Herry, A., B. (2014). *Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Elhaitamy, T. (2014). *Service Excellence: Ujung Tombak Manajemen*: Edisi November – Desember.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hildayanti, S. K., & Marnisah, L. (2018). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Asuransi Kresna Mitra Tbk Cabang Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. 9(1), 61–70.
- Irawan, H. (2014). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Kenneth E., & Donald, B. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Jurnal Riset Manajemen. Pratama, P. D. A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Food Di Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 273. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32339>
- Pressrelease.id. (2021). *Ada 400 Ribu Pengguna Grab Berpartisipasi dalam Kampanye Bersatu yang Mendonasikan 3,7 Miliar*. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/ada-400-ribu-pengguna-grab-berpartisipasi-dalam-kampanye-bersatu-yang-mendonasikan-37-miliar?page=all>
- Rezki, M., Sukmawati, L., Elbiansyah, & Riyana, D. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek. *(Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 4(1), 50–57.
- Rozi, F., & Sugiyono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online. *Jurnal Ilmu Dan Riset ....* <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4380>
- Santoso, B. (2019). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73–85
- Sendy Ludju, M. L., Kusuma Negara, I. M., & Eka Mahadewi, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan

- Wisatawan Nusantara Menggunakan Transportasi Online Grab Di Kuta, Bali.  
*Jurnal IPTA*, 8(2), 226. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i02.p07>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wulandari, S. R., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab.  
*Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 67–78.  
<https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1169>