

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, E. F. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban ACHILLES di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 5 no 1*, 124-143.
- Basrah Saidani, S. A. (2012). Pengaruh Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Volume 3*, 1-22.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Volume 2*, 1-9.
- Christine Moorman, R. D. (2006). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. *Journal of Marketing, vol. 7 no. 1*, 81-101.
- Dan J. KIM, D. L. (2008). A Trust-Based Consumer Decision Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Risk, and Their Antecedents. *Institutional Knowledge at Singapore Management University, Volume 44, Issue 2*, 544-564.
- Djawanto. (1993). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Efendi. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Fachrodji, E. A. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban Achilles di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX, volume 5*, page 1.
- Ferdinand. 2009. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gatot Yulianto, P. W. (2004). Pengaruh Keefektifan Komunikasi, Kualitas Teknikal, Kualitas Fungsional dan Kepercayaan Pada Komitmen Keterhubungan Bandara Ahmad Yani Semarang. *Telaah Manajemen, Volume 1 edisi 3*, page 1-10.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.

- Hariyadi, I. P. (2014). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian Melalui situs jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , page 1-15.
- <https://www.bps.go.id>. (2014, januari ). Retrieved September 2016, from <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/View/id/1267>
- <http://www.ics-expo.com>. (n.d.). Retrieved November 2016, from <http://www.ics-expo.com/2015/news/daftar-pemenang-programpendukung-ics-2015>
- <http://www.ojekonline.xyz/>(2015). Alasan-penumpang-memilih-naik-ojek-online/  
<http://teknologi.news.viva.co.id> (2016) /news/read/748464-survei-gojek-ungguli-grab,
- <https://id.wikipedia.org>. (2017, januari). Retrieved September 2016, from <https://id.wikipedia.org/wiki/transportasi>
- Huang, C.-C.(2014). The Relationship Among Brand Equity, Customer Satisfaction, And Brand Resonance To Repurchase Intention Of Cultural And Creative Industries In Taiwan. *Journl THE INTERNATIONAL JOURNAL of ORGANIZATIONAL INNOVATION*, volume 6, 106.
- Indriani, I. N. (2015). Pengaruh Kualitas layanan terhadap Word Of Mount yang dimediasi oleh Kepercayaan pelanggan Pada PT Auto Bagus Rent a Car Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5, 1301-1321.
- Irawan, B. S. (2005). *Asas-asas marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Isnain Putra Baskara, G. t. (2014). Analisis pengeruh kepercayaan, keamanan kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, volume 1, 1-15.
- Istiani.(2015). Analisis pengeruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian katru simpati PT Seluler Media Infortama. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, volume 4, page 2.
- Keller, K. d. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. d. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (A. B. Nurmawan, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Lubis, R. Z. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada Politehnik RS.Haji Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 1 Nomor 1, 1-14.

- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku konsumen* (Edisi 2 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mujianan, I. E. (2013). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *Jurnal Teknik Industri*, volume 8.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, volume 2, 1-7.
- Nia Rahmadaniaty, R. M. (2013). Penerapan Metode Structural Equation Modeling (SEM) dalam menentukan pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan mutu terhadap Kesetiaan pasien rawat jalan dalam memanfaatkan pelayanan Rumah Sakit di RSUD Dr. Pirngadi Medan tahun 2012. *Jurnal Kebijaksanaan, Promosi Kesehatan dan Biostatistik*, Vol. 2 No. 1, 1-10.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: LakBang PRESSindo.
- Purwanto, M. A. (2014). Relational Marketing and Customers Shifting Tendency In Islamic Banking In East Java. *Jurnal Marketing Management*, volume 16, 17-26.
- Putra, P. K. (2016). *Al-Quran Surat Al ' Imran Ayat 159*. Semarang: P.T KARYA TOHA PUTRA.
- Putra, P. K. (2016). *AL-QURAN Surat Al-Baqarah Ayat 267*. SEMARANG: P.T KARYA TOHA PUTRA.
- Putra, P. K. (2016). *Al-Quran Surat An-Nahl Ayat 91*. Semarang: P.T KARYA TOHA PUTRA.
- Putra, P. K. (2016). *Al-Quran Surat At-Takaasur Ayat 1-5*. Semarang: P.T KARYA TOHA PUTRA.
- Saino, I. C. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2-16.
- Setiadi.(2003). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shen, J. (2008). Influence perceive usefulness, perceived ease of use, tendency to buying. *Joural Lawrenceville*, 1-6.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono.(1999). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2011). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2012). *Statistika Untuk Penelitian* (Cetakan keenam). Bandung: Alfabeta.
- Supranto.(2001). *Statistik Teori dan Aplikasi* (Cetakan kedua). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Tjetjep, D. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono.(2006). *pemasaran Jasa*. Malang: Penerbit Bayumedia Publishing.
- Umar, H. (2003). *Aplikasi dalam Pemasaran* .Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Wulandari, R. (2014). Analisis Faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dan dampaknya terhadap minat loyalitas.Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- [www.jateng.pks.id](http://www.jateng.pks.id). (2017).Retrieved Januari 20, 2017, from [www.jateng.pks.id/Pengguna-Transportasi-Publik-Kota-Semarang-Turun-Drastis-Agung-Sarankan-Pemerintah-Masukan-Dalam-RPJMD](http://www.jateng.pks.id/Pengguna-Transportasi-Publik-Kota-Semarang-Turun-Drastis-Agung-Sarankan-Pemerintah-Masukan-Dalam-RPJMD)
- Yusnidar, S. S. (2014). pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara Online di kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Pembangunan, volume 4*, page 311-329.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management, Vol 3*, 58-62.
- Zulkarnain, T. (2015).Pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap pembelian handpone samsung Surabaya.*Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, volume 4*.