

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguno. (2022). Prediksi Peningkatan Omset Penjualan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal Sistem Informasi Triguna Dharma (JURSI TGD)*, 1(4), 275. <https://doi.org/10.53513/jursi.v1i4.5331>
- Afrilya, D., Sumastuti, E., & Meiriyanti, R. (2024). Analisis Minat Penggunaan Transportasi Online Maxim pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 234–247. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.580>
- Agustinha. (2018). *Pengertian Transportasi*.
- Aji. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Kala Senja Kopi Galuh Mas Karawang. *E-QIEN Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 146–156. <https://www.neliti.com/publications/393660/e-wom-dan-strategi-promosi-pada-perilaku-impulsive-buying-konsumen-kuliner-di-ko>
- Amalia. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 6(1), 133–142. <https://doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1373>
- Amalia. (2016). *Problematisasi Peran Ganda Perempuan Sebagai Ibu Rumah Tangga dan Pengemudi Ojek Online Di Kota Depok*.
- Ambarsari. (2023). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Solo*. 11.
- Andini. (2023). *Istri Yang Berprofesi Sebagai Driver Ojek Online Untuk Memenuhi Nafkah Keluarga Di Komunitas Driver Ojek Online Palu (Perspektif Hukum Islam)*. 1–89.
- Arief, M. Y. (2024). *Pengaruh E-Wom Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Pengguna Gofood, Dengan Price Discount Sebagai Variabel Pemoderasi*. 3(2), 350–364.
- Arofah. (2019). Eksistensi Driver Ojek Online Wanita Sebagai Bentuk Kesetaraan Gender. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 171–183.
- Assegaf. (2019). Pengaruh Biaya Tetap Dan Biaya Variabel Terhadap Profitabilitas PT. Pecel Lele Lela Internasional, Cabang 17, Tanjung Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 20(1), 1–5.
- Banggoi. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 242–249. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Birusman. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.

- Daeng. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Transportasi Online Maxim Bike pada Mahasiswa Fispol Unsrat. *Productivity*, 4(5), 608–615.
- Danniswara. (2017). The impact of EWOM referral, celebrity endorsement, and information quality on purchase decision: A case of Instagram. *Information Resources Management Journal*, 30(2), 23–43. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2017040102>
- Donan. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal*, 8(1), 30–45.
- Erly. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, VII(1), 63–74.
- Febiyati. (2022). Pengaruh E-Wom, Brand Image, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 28–39.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*.
- Hadi. (2018). Pengaruh EWOM Dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus Pada Konsumen Go-jek di Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 6(1), 1–7.
- Harianti. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Love Pada Pengguna Produk Kosmetik Halal Wardah Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kabupaten Kudus*.
- Ibnu. (2023). *Electronic Word of Mouth (E-Wom) Sebagai Strategi Pemasaran Objek Wisata Alam Wapitt Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*.
- Indrasari. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatan sempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44-50>
- Ismalia. (2020). Relasi Kuasa di Ruang Publik: Menakar Konflik Transportasi Online dan Konvensional di Kota Serang. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(2), 122–133. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i2.7807>
- Kapriani. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Makassar. *Al-Buhuts*, 17(1), 142–161. <https://doi.org/10.30603/ab.v17i1.2251>
- Kurniawan. (2024). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek di Universitas Bhayangkara Kota Bekasi (Studi Kasus Mahasiswa S1 Manajemen Di Universitas Bhayangkara Kota Bekasi). *Jurnal Humaniora*,

Sosial Dan Bisnis, 2(8), 907–922.

Kusnadi. (2020). Jejaring Collaborative Governance Pada Program Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) dalam Pencegahan HIV/AIDS di Kabupaten Subang. *Ijd-Demos*, 1(2), 204–231. <https://doi.org/10.31506/ijd.v1i2.21>

Maharany. (2019). Peran Gender Sebagai Variabel Moderasi Dalam Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(9), 5741–5761.

Mahmuda. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 98. <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p98-105>

Mansur. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Sistem Pembayaran Cash on Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Samarinda). *Bifej Borneo Islamic Finance And Economics Journal*, 3(2), 2023. <https://apjii.or.id/>

Nabila, A. P. (2024). *Skripsi Pengaruh Perceived Ease Of Use , Electronic Word Of Mouth (E-Wom) , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Oleh : Afita Putri Nabila.*

Nasution. (2023). *Pengaruh Harga Dan Service Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online Maxim Oleh Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Uin Suska Riau Menurut Perspektif Ekonomi Islam.* 1–76. <https://repository.uin-suska.ac.id/75782/>

Ningsih. (2015). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran.*

Nursal. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 111–118. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Nurulita. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 261–272. <https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1314>

Permadi. (2024). Strategi Pemasaran E-Wom Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Coffee Shop Tempat Peraduan. *Jurnal Ilmu Komunikasi, VOLUME 1 N(1)*, 54–71.

purba. (2021). Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan. *Widini Bhakti Persada Bandung*, 01(02), 3–26.

Rahmawati. (2021). *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*

Angkatan 2018 UIN Raden Intan Lampung). 6.

- Rahmi. (2015). Mekanisme Pasar dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(2), 177–192.
- Riduwan. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Aplikasi Maxim (Maxim Bike) pada Masyarakat di Kota Samarinda. *JMA: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 12(3), 164–174.
- Rohman. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Go-jek Yogyakarta (Studi Pada Mahasiswa FE UII)*.
- Rupayana. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 233–247. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1167>
- Sandika. (2020). *Pengaruh Threat Emission, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen POND'S Di Provinsi Jambi)*. 1–58.
- Sari. (2019). Pengaruh E-Wom , Lifestyle , Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474–487.
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods for Business*. Jhon Wiley & Sons Ltd. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 2(2), 203–206.
- Suhaidi. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1911–1926.
- Sukmana. (2020). Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Pt Bank Mandiri Jakarta Kota. *Economicus*, 13(1), 69–79. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.166>
- Sulistiyowati. (2018). *Buku Ajar Kualitas Pelayanan: Teori Dan Aplikasinya* (Issue 112).
- Sumarsid. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Syafira. (2024). Pengaruh Harga Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Pada Masyarakat Profesional Konsumen Asa Beauty Ms Glow Kota Semarang) Pendahuluan Kerangka Teori. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 361–372.
- Trinanda. (2023). Pengaruh E-service Quality, EWOM Dalam Perspektif Islam, Dan Sales Promotion Pada Saat Special Event Day Terhadap Impulse Buying

- Pengguna Aplikasi Shopee. *Digilib UIN Surabaya*, 15(2), 6–18.
- Tsalisa. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Usman, M. Y. (2023). Mitra Sanding Pelayanan Publik Bidang Transportasi Online (Studi Kasus Kebijakan Publik dalam Konteks Transportasi). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 325–356.
- Utami, S. R. (2023). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga Dan EWOM Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Surakarta*. 1–23.
- Utari. (2021a). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mulia Darma Pratama Palembang. *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 6(2), 121–127.
- Utari. (2021b). *Pengaruh Penerapan Peraturan Pemerintah Satu Tarif Untuk Transportasi Online Terhadap Pendapatan Driver Transportasi Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Veronica. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Yulistiara. (2021). *Pengaruh Brand Scarlett, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era New Normal (Studi Pada Konsumen Scarlett di Kabupaten Pringsewu)*. 1–39.
- Yunitasari. (2018). *Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2015)*. 3(2), 91–102.
- Yustian. (2020). Pengaruh Product Price, Individual Personality Differences, Environmental Friendliness Pada Keputusan Pembelian. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 141. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i1.010>