

Daftar Pustaka

- Ali, M., Kharis, A., & Karlina, D. (2018). *Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram*.
- Apriadi, B. F. (2019). *Dampak Tingginya Kepadatan Penduduk di Kota Bandung*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/bagusfadhilahapriadi0897/5cde7b86733c43571320f527/dampak-tingginya-kepadatan-penduduk-di-kota-bandung>
- Arifin, Z., & Hidayat, K., Hikmawati, K. A. (2016). PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2), 11-18.
- Azizah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis perkembangan industri transportasi online di era inovasi disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 149-156.
- Damayanti, S. A. S. (2017). *Transportasi Berbasis Aplikasi Online: Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Fauzi, I., & Putriani, O. (2017). *ANALISIS KARAKTERISTIK KONSUME*.
- Hestanto. (2020). *Bisnis Transportasi Online : Pengertian, Tujuan, Manfaat, Mekanisme*. Retrieved from <https://www.hestanto.web.id/bisnis-transportasi-online/>
- Hidayat, A. (2014). *Asumsi Analisis Faktor dengan SPSS*. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2014/03/asumsi-analisis-faktor-dengan-spss.html>
- Hidayat, A. (2014). *Penjelasan Analisis Faktor – PCA dan CFA*. Retrieved from <https://www.statistikian.com/2014/03/analisis-faktor.html>
- Kharis, A., Ali, M., & Karlina, D. (2018). *Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran M.M. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Markey. (2019). *Perkembangan Transportasi Ojek Online di Indonesia*. Retrieved from <https://markey.id/blog/bisnis/ojek-online>
- Pratiwi, H. (2017). *Macam-macam Data dalam Statistika*. Retrieved from <http://hardianapратиwi7.blogspot.com/2017/11/macam-macam-data-dalam-statistika.html>
- Rosa, A., & Widad, A. (2017). Faktor-Faktor yang Membedakan Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Dalam Kota (Studi Kasus Angkutan Umum Konvensional dan Berbasis Online). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 15(3), 164-172.
- Schiffman, Leon G and Laslie Lazar Kanul. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Setiawan, A. (2011). *Pengertian Statistika*. Retrieved from <https://www.smartstat.info/materi/statistika/dasar-dasar-statistika/pengertian-statistika.html>
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Trifiyanto, K., & Artati, D. (2019). Studi faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ojek Online di Kabupaten Kebumen dan Purworejo. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar*
- Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Retrieved from <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Wiratmato. (2014). *ANALISIS FAKTOR DAN PENERAPANNYA DALAM MENGIDENTIFIKASI FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHIKEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN MEDIA PEMBELAJARAN*.
- Yuwono, D. (2020). *Panduan Lengkap Menguasai Metode Analisis Faktor (Factor Analysis)*. Retrieved from <https://statmat.id/panduan-menguasai-metode-analisis-faktor/>
- Yuwono, D. (2020). *Ukuran Sampel Penelitian yang Memenuhi Syarat Menurut Para Ahli*. Retrieved from <https://statmat.id/ukuran-sampel-penelitian/>