

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, J. S. (1963). Toward an understanding of inequity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422–436.
- Adawiyah, D. T., et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengguna Transportasi Online Maxim di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1(2), 85–94.
- Agnes Z. Yonatan. 2025 “Indonesia Jadi Pengguna Transportasi *Online* Terbesar 2024” GoodStats Diakses dari: <https://goodstats.id>
- Anderson, R. E. (1973). Consumer dissatisfaction: The effect of disconfirmed expectancy on perceived product performance. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 38–44.
- CNBC Indonesia. (2022). *Maxim, Transportasi Online Asal Rusia, Semakin Populer di Indonesia*. Diakses dari: <https://www.cnbcindonesia.com>
- Febri, et al. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online* di Yogyakarta. *EBBANK Journal*, 8(1), 55–68.
- Febriani, R., & Firmansyah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Jakarta. *Open Journal Universitas Pamulang*, 5(2), 88–97.
- Fraenkel, Jack., Wallen R, Dan Hyun. 2011. *How To Design and Evaluate Research in Education 8th Edition*. Bonton: Megraw-Hill Higher Education
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, S. L., & Syarifudin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Transportasi Gojek. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 298–313.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayat, M., et al. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 6(1), 77–88.

- Hovland, C. I., Harvey, O. J., & Sherif, M. (1957). Assimilation and contrast effects in reactions to communication and attitude change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55(2), 244–252.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Katadata.co.id. (2021). *Maxim Tawarkan Tarif Murah, Ini Strategi Ekspansi Mereka*. Diakses dari: <https://katadata.co.id>
- Kompas.com. (2020). *Maxim Masuk ke Kota Kecil, Ini Tantangan dan Peluangnya*. Diakses dari: <https://www.kompas.com>
- Kotler, and Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. ed. Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Armstrong. 2019. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lestari, S., et al. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(3), 211–220.
- Lupiyoadi, R dan A.hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua Jakarta: Salemba Empat..
- Mardjani., et al. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi *Online* (Studi Kasus Gojek dan Maxim di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 942–952.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Payne, Adrian. 2018. *The Essence of Service Marketing*. Jakarta: Prentise Hall Service.
- Putri, A., et al. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 66–77.
- Ridha, R., et al. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 12(2), 100–112.

- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Situs resmi Maxim Indonesia. (2024). *Tentang Kami*. Diakses dari: <https://taximaxim.com/id>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tesar, M., & Supriyadi, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Gojek di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(5), 1-15.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92(4), 548–573.
- Westbrook, R. A., & Reilly, M. D. (1983). Value-percept disparity: An alternative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 10, 256–261.
- Zatalini, S., & Sari. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Maxim Bike di Bandung. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 15(1), 55–64.