

## DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, S. O., & Jan, A. B. H. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2318–2327.
- Andriasan. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta: Budi Utama
- Anila. 2020. "Pengaruh *Customer Experience*, *Customer Value*, dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Pada Pengguna Gojek di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU". Skripsi Sarjana. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Cahyono, D., Qomariah, N., & Perusahaan, C. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, XX(Xx), 1–5.
- Davis. (2017). *Perilaku dalam Organisasi*, Edisi ketujuh, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI* , 3 (2)(02), 2442–4080. [www.bi.go.id/id/statistik](http://www.bi.go.id/id/statistik)
- Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Idris, K. (2015). Analisis Pegaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai sebagai Intervening. *Diponegoro Journal of Management* 4(3) 2337-3792.
- Indra, Dolly., et all. 2019. "Pengukuran Kualitas Pelayanan, Harga dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi *Online* Bagi Kaum

Millennial". Indonesian Journal of Accounting & Management Innovation, Vol.3 No 1, pp. 14-35.

Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo. Depok

Konsumen, K., Gojek, P., & Aquinia, A. (2023). *109-Article Text-784-2-10-20230410*. 4(1), 56–64.

Kotler dan Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 15*. Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ketiga). Erlangga.

Kotler, Philip. & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.

Kusumo, M. H., & Rosyadi, I. (2023). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS DAN*. 16(1), 50–67.

Laksana (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar

Lupiyandi Rambat dan Hamdi A. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Majid (2015). *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Mayasari, N., & Anasrulloh, M. (2023). PENGARUH HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA LAYANAN GRABFOOD PADA MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Semester VII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI). *Jurnal Edueco*, 6(1), 26–36. <https://doi.org/10.36277/edueco.v6i1.147>

Muchtarom, M. A., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2018). Prodi Manajemen Gresik. *Riset Manajemen*, 2018, 101–113.

[http://www.academia.edu/download/38127186/Review\\_Jurnal\\_Impact\\_of\\_CRM\\_Factors\\_on\\_Customer\\_Satisfaction\\_and\\_Loyalty.docx](http://www.academia.edu/download/38127186/Review_Jurnal_Impact_of_CRM_Factors_on_Customer_Satisfaction_and_Loyalty.docx)

- Nurjannah, F. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 129–132.
- Rafiah. (2019). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia*.
- Rahayu, E.M.D. 2022. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan dan Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. Skripsi Sarjana. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Sajidah, R. S., & Aulia, P. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Grabfood. *ProBank*, 6(2), 179–191. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1019>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, dan Penelitian Evaluasi* (alfabeta).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif R&D* (alfabeta).
- Suryani, D., et all. 2021. "Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek". *Indonesian Journal Ofbusiness Economics and Management*, 1(Desember 2021), 11-19. <https://Journal.Irpi.Or.Id/Index.Php/Ijbem>
- Tjiptono., F., & Gregorius. C. (2016) *Service Quality & Satisfaction*, Edisi 4, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2019. pemasaran jasa- Prinsip, Penerapan, Penelitian. edisi terbaru. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, M.S. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pengguna Go-jek di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). Skripsi Sarjana. Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Edisi 3. Jakarta: PT Elex Gramedia.