

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, A., Dewantara, H., Alan, & Wiyadi. (2020). Program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah magelang tahun 2020. *Skripsi*.
- Anggraeni, F. N. (2021). *Analysis of User Satisfaction of Public Transportation Ojek Online (Gojek) Through Service Instruments*. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 77–86. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v1i2.221>
- Apriliani, A., Budhiluhoer, M., Jamaludin, A., & Prihandani, K. (2020). *Systematic Literature Review Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Transportasi Online*. *Systematics*, 2(1), 12. <https://doi.org/10.35706/sys.v2i1.3530>
- Aulia, V. D., Sulastri, S., Maulana, A., & Rosa, A. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *E-Wom* terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa Shopeefood di Kota Palembang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 778–792. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3778>
- Bickhoff, N., Hollensen, S., & Opresnik, M. O. (2014). *Marketing and Marketing Management: A First Basic Understanding*. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-45444-8_2
- Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016a). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Jossey-Bass.
- Griffin, J. (2016b). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*.
- Hair, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Haq, M. A., Handayanto, E., & Rumijati, A. (2022). *Influence of Service Quality , Ease of Use of Applications on Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediation*. 01(02), 57–68.
- Hikaru, D., ampil Purba, J., Budiono, S., Rajagukguk, W., & Adirinekso, G. p. (2021). *Measurement of Brand Image , Price , Promotion , Ease of Use and Satisfaction to Customer Loyalty of on line Transportation in Urban Area*.

2017, 1243–1254.

- Hinson, R. E., Mensah, I., Amoako, G. K., Mensah, E. A., Coffie, I. S., & Khosa, E. (2024). *Marketing for Hospitality and Tourism. In Hospitality and Tourism Marketing*. <https://doi.org/10.4324/9781032688497-2>
- Humairah, A. U., Aidila, N. A., Iswar, A. M., Hariawan, I., & Sahabuddin, R. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi Belanja Online. 17(1). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Husain, F., Mansyur, S., Harris, S. N., Ardilla, F., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Makassar, U. N. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi pada Platform *E-Commerce* Shopee. 2(2), 3530–3545.
- Immawati, & Rauf. (2020). *Building satisfaction and loyalty of student users ojek online through the use of it and quality of service in tangerang city Building satisfaction and loyalty of student users ojek online through the use of it and quality of service in tangerang city*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/7/072004>
- Intan Isnaini, W., & Istiyanto, B. (2023). Analisis kemudahan akses, fitur aplikasi, dan strategi promosi terhadap keputusan penggunaan shopeepay. 1(2).
- Islahulkhair, & Muhajirin., &. (2022). Pengaruh Ekspektasi Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Pelanggan Internet PT . Telkom Cabang Bima). 1(2), 29–37.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th global ed.)* (17th ed.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing (14th ed., Global edition)*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen pemasaran (Edisi ke-13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th Edition)* (13th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.
- Kristioni, R., Baistama, R. P., & Widjaja, I. (2025). *The Influence of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Online Transportation Applications*. 30(01), 71–87.
- Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. 7(2), 76–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2>
- Nurfatmah, S., & Fardhani Sigarlaki, F. (2024a). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Grab Bike di Kota Bandung. 6, 1554–1564. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/jomb.v6i4.10254>
- Nurfatmah, S., & Fardhani Sigarlaki, F. (2024b). *The impact of trust and service quality on customer loyalty in e- commerce*. 10(3), 366–373.
- Pandapotan, B. H. T., & Ekawati, C. (2020). *Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Aplikasi Grab The Service Quality of Online Customer Loyalty on Grab Service Users ' Customer Satisfaction*. 6(3), 265–274.
- Pandapotan, B. H. T., & Ekawati, C. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Pt. Primatama Mandiri Lestari Indonesia. 09(04), 1–24.
- Pitaloka, S. R., Wati, M., Jenderal, U., & Yani, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kemudahan Penggunaan , dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Go Food. 2(2), 557–567.
- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2021). Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(2017), 1–15.
- Rofiza. (2007). Analisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian Universitas Muhammadiyah Malang. 2009, 10–36.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. . (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. 1(1), 290–302.
- Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2019). Analisa Tingkat Kepuasan

- Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan. *STMIK Borneo Internasional*, 3(1), 33–38.
- Solimun, & Fernandes, A. A. R. (2018). *The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty*. *Journal of Management Development*, 37(1), 76–87. <https://doi.org/10.1108/JMD-12-2016-0315>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suhairi, S., Sari, M., Sakinah, L. N., & Manurung, R. A. (2023). *Analysis Of Marketing Strategy Success In PT . Indofood Quarter*. 1(2), 54–57.
- Sukmanawati, & Purwati, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1). <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Tjiptono. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.).
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). Andi.
- Wicaksono, Y. T., & Madiawati, P. N. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Aplikasi Dana.
- Wilson, N., Keni, K., Henriette, P., & Tan, P. (2021). *The Role of Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use Toward Satisfaction and Trust which Influence Computer Consumers ' Loyalty in China*. 23(3), 262–294.