

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aryani, Y. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-jek (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Layanan Go-ride dan Go-food di Universitas Yogyakarta)*. Skripsi pada Universitas Negeri Yogyakarta.
- Awaluddin. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*. Skripsi pada Universitas Negeri Makassar.
- Alimul, Aziz H. (2011). *Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Ahmad, Jamaluddin. (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Yogyakarta :Gava Media.
- Agustina, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi E-Service Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Maxim Di Banda Aceh*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Aceh.
- Adha *et al.* (2018). Pengaruh Program Loyalitas terhadap Kesetiaan Konsumen pada Industri Halal di Yogyakarta. *Ihtifaz Journal of Islamic Economics Finance and Banking* 1(1):69.
- Clewlou, Regina R & Gouri SM. (2017). Disruptive transportation: The adoption, utilization, and impacts of ride-hailing in the United States. *Institute of Transportation Studies, University of California, Davis* 44(6): 1307–23.
- Cnbcindonesia.com. (2019). *Terungkap ini alasan ojol maxim berikan tariff murah*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2021 dari <https://www.cnbciindonesia.com/tech/20191227155223-37-126096/terungkap-ini-alasan-ojol-maxim-berikan-tarif-murah>.

- Cnbcindonesia.com. (2020). *21,7 juta masyarakat Indonesia pakai transportasi online*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2021 dari <https://www.cnbciindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dailysocial.id. (2020). *Super app terkini masih soal goje vs grab*. Diakses pada tanggal 25 Februari 2021 dari <https://dailysocial.id/post/super-app-terkini-masih-soal-gojek-vs-grab>.
- Basu Swastha, Dharmesta dan Irawan, (2014). *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*. Yogyakarta.
- Bagaskara, S. & Sigit, M. (2019). An analysis on the influence of customer loyalty program and service quality on customer loyalty with trust as a mediation variable on Samsung mobile phone. *Proceedings of the 16th International Symposium on Management (INSYMA 2019)*.
- Forbes. (2018) . *Grab officially takes control of uber's Southeast Asia operations*. Diakses pada tanggal 23 Februari 2021 dari <https://www.forbes.com/sites/daniellekeetonolsen/2018/03/26/grabofficially-takes-control-of-ubers-southeast-asiaoperations/>.
- Ferrinadewi, Erna. (2012). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fратиwi, P. Y. (2020). *Pengaruh Komunikasi Merek, Citra Merek, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Smartphone Iphone (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Iphone Di Kota Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Giovanis, Apostolos N. (2014). Gaining customer loyalty in the e-tailing marketplace: the roole of e-service quality, e-satisfaction and e-trust. *International Journal Technology Marketing*, Vol.9, No.3 pp 288-304.
- Griffin, Jill. (2015). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Gojek.com. (2021). *About*. Diakses pada tanggal 23 Februari 2021 dari <https://www.gojek.com/about/>.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hestanto, Adi. (2020). *Bisnis Transportasi Online*. Diakses pada tanggal 23 Februari 2021 dari <https://www.hestanto.web.id>.
- Hidayat. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : (Studi

Pada Pelanggan Telkom *Speedy* Di Palangka Raya). *Jurnal wawasan manajemen*. Vol.2. No. 3.

- Herliyansyah, R. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Go-Jek Di Sleman)*. Skripsi pada Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hasan, A. (2013). *Marketing & Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Inet.detik.com. (2017). *Mayoritas Pengguna Go-jek Perempuan Single*. Diakses pada tanggal 17 maret, 2021 dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3496233/mayoritas-pengguna-go-jek-perempuan-single>.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE.
- Kristanto, Vigih Hery. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- _____. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 2 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lokadata.id. (2020). Penumpang angkutan daring turun tapi terbuka peluang lain. Diakses pada tanggal 25 Februari 2021 dari <https://lokadata.id/artikel/penumpang-angkutan-daring-turun-tapi-terbuka-peluang-lain>.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho, Bramulya Ikhsan, (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Maisa, H, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia (survey konsumen Tokopedia pada Kota Bandung). *e-Proceeding of Management* .Vol.7, No.2.
- Medinna, Gita (2020). *Pengaruh Brand Credibility, Brand Personality dan Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Purchase Inetention dengan Brand Image sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make Over Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Marconi, Joe.(1993). *Beyond Branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Trisno, Musanto. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas :Studi Kasus pada CV Sarana Media Advertising Surabaya.*Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*.Vol.6, No. 2. Universitas Kristen Petra.
- Pham A, et al. (2017) . Privateride: A privacy-enhanced ride-hailing service. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*. Vol.2. page:38–56.
- Prabowo, Y. (2018). *Uber, Go-Jek, Grab: What do people in Indonesia actually want from ride-hailing apps? EcommerceIQ*. Diakses pada tanggal 23 Februari 2021 <https://ecommerceiq.asia/cp-ride-hailing-apps-in-indonesia/>.
- Priansa, D, J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, A, Y., Wahab, Z., Shihab, S., & Hanafi, A. (2018). The effect of service quality and brand trust on loyalty through customer satisfaction in transportation service Go-jek (go-ride) in Palembang City. *Jurnal manajemen motivasi*. Vol. 14, No.1.
- Ristekdikti.go.id. (2017). *Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Industri*. Diakses pada tanggal 24 Februari 2021 dari <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=643029&val=11024&title=Revolusi%20Industri%204%200%20Berbasis%20Revolusi%20Mental>.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Saputri, D, S, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*. Vol. 10, No. 1, Hal. 46-53.
- Safitri, E., Rahayu, M., & Indrawati, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung *Service Center* Di Kota Malang. *Jurnal ekonomi bisnis*. Vol. 1, No. 1.

- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Salemba Empat, Jakarta Selatan 1261.
- Swasty, Wirania (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sampurno, R., H. (2020). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Kualitas Pelayanan Gojek (Studi Pelanggan Di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*. Vol. 4 No.6.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutisna dan Prawita, Teddy.(2013). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rodakarya, Bandung.
- Sujono, H. (2017). *Pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Uber taksi di DKI Jakarta*. Skripsi pada Universitas Terbuka.
- Setyawan, A., R. (2020). *Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Iphone Di Solo Raya*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- _____. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2012), *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- _____. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Wicaksono, Y., & Santosa, B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, vol. 4, pp. 428-438.
- Wilson, N. (2018). The Impact of Service Quality and Brand Image toward Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol 18, No. 3.
- Zahrah, E. & Lamsah, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Grab Di Banjarmasin (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Uniska)*. Skripsi pada Universitas Islam Kalimantan.