

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.R., Fasiha and Abdul Kadir Arno. (2020), “Reincarnation of MSMEs after the Government’s Policy on Economic Recovery Due to the Covid-19 Pandemic in Indonesia”, *Technium Social Sciences Journal*, Vol. 6 No. December, pp. 101–105.
- Daga, Rosnaini. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Edited by Muh. Izzad Kaisar. Gowa: Global Research and Consulting Institute, 2017.
- . *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Edited by Muh. Izzad Kaisar. Gowa: Global Research and Consulting Institute, 2017.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- . *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Kurniasih, Dedeh. *Kepuasan Komsumen: Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek*. Edited by Achmad Rozi. Edisi Pert. Banten: Bintang Sembilan Visitama, 2021.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Edited by Sofnir Ali and Sukoco. Ke-3. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Subadi, Tjipto. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Erlina Farida Hidayati. 1st ed. Surakarta: Muhammadiyah University Press Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, 2014.
- . *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Pendekatan Kualitatif Dan R&D)*. 20th ed. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Nurdin, Ismail. *Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik)*. Edited by Lutifiah. *Media Sahabat Cendekia*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Adi, Vino Bagus Setyo. “Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online Di Semarang.” *Majalah Ilmiah Solusi* 16, no. 4 (2018): 63.
- Adi, Vino Bagus Setyo, and Edy Suryawardana. “Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online Di Semarang.” *Majalah Ilmiah Solusi* 16, no. 4 (2018): 59–78.
- Agustin, Anis. “Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online

- (Go-Jek) Di Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, no. 9 (2017): 2–3.
- Aini, Lindahidayatul. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Grab (Studi Di Kelurahan Rembiga Kota Mataram).” Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Ali, Muhammad, Abdul Kharis, and Deni Karlina. “Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram.” *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)* 6, no. 2 (2019): 75. <https://doi.org/10.31764/jiap.v6i2.641>.
- Aptaguna, and Pitaloka. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.” Universitas Pembangunan Jaya, 2016.
- Erica, Denny, and Harun Al Rasyid. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta.” *Jurnal Ekonimi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika* 16, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.31294/jp.v16i2.3893>.
- Kotler, and Amstrong. “Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen,” 2015, 197.
- Maesaroh, Siti, and Eling Ri Kurniati. “Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2018, 98–110. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>.
- Manufandu, Mohammad Syahdan. “Studi Karakteristik Jasa Transportasi Online Terhadap Kepuasan Dan Mobilitas Bagi Ibu Rumah Tangga Di Kota Padang (Studi Kasus Terhadap Go-Jek Di Kota Padang).” Universitas Andalas, 2020. <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/63966>.
- Merdiyanti, Angelia. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Transportasi Berbasis Aplikasi(Studi Pada Mahasiswa Politeknik STMI Jakarta).” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen* 16, no. 1 (2018): 55–65.
- Nisa, Afidatun. “Analisis Perilaku Generasi Millenials Terhadap Permintaan Transportasi Online Di Kota Semarang.” *Diponegoro Journal Of Economics* 9 (2020): 144–56.
- Pulungan, Alfi Feby Salsabila. “Efek Iklan Transportasi Online Oleh Selebgram Terhadap Peningkatan Pengguna (Studi Deskriptif Pada Pengguna Grab Di Kota Medan).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik* 2 (2022): 1–10.
- Sari, Retno. “Pengaruh Adanya Transportasi Online Terhadap Kesejahteraan Driver Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi

- Pada Komunikasi Driver Go-Jek Di Kota Bandar Lampung)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Setiadi. "Perilaku Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran." STMIK Royal Kisaran, 2018.
- Susanto, Nikko. "Analisis Perilaku Konsumsi Jasa Layanan Transportasi Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Pernah Menggunakan Jasa Layanan Transportasi Online Yaitu Diantaranya Grab, Uber, Dan Gojek)." *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya* 01 (2018): 4–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4838>.
- Tuti, Retnowati WD. "Analisis Implementasi Kebijakan Work From Home Kesejahteraan Pengemudi Transportasi Online Di Indonesia Pada." *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* 3, no. 1 (2020): 73–85.
- Utami. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumsi Gojek Di Surabaya)." Universitas Negeri Surabaya, 2016.
- Widi, Ingga, and Sholihati Amalia. "Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 5, no. 1 (2019): 1–9.
- Zulkarnaen, Wandy, and Neneng Nurbaeti Amin. "Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung)." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 2, no. 1 (2018): 110–11.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)," 2002. <https://adoc.tips>.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)," 2011. <https://repository.uir.ac.id/4817/5/bab2>.
- "Kepercayaan Konsumen (Pengertian Aspek, Jenis, Indikator Dan Strategi)." *Kajian Pustaka*. Accessed September 26, 2022. <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html>.
- "Pengertian Jasa Menurut Para Ahli Dan Ciri-Cirinya Dalam Ilmu Ekonomi." *Yahoo! berita*. Accessed September 26, 2022. <https://id.berita.yahoo.com/pengertian-jasa-menurut-para-ahli-093510099.html>.
- Statistik, Sumber Badan Pusat. "Hasil Sensus Penduduk (SP 2020." Accessed September 24, 2022. <https://palopokota.bps.go.id>.
- Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2016)

- Indrasari Meithiana., 2019, Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- 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)
- Manueke, M., Tampi, G. B., & Londa, V. Y. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online di Kota Manado (Studi Kasus di PT. Go-Jek). *Jurnal Administrasi Publik*, 4(51).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018b). *Principles of Marketing (Electronic Version)*.
- Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*,
- Christian, M., & Nuari, V. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja online Bhinneka.com. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1),
- Bhatt, A. K., & Sahil Bhanawat, D. (2016). Measuring Customer Satisfaction Using ServQual Model-An Empirical Study. *International Journal of Trend in Research and Development*, 3(1),
- Yousafzai et al, 2003.Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective. *International Review of Business Research paper*.
- Gafen, 2000. The Conceptualization of Trust, Risk and their Relationship in Elektronik Commers: the need for clarification.
- Mayer et al, 2007. E-Commers dan E Bussiness. E-ASEAN Task Fource UNDP.
- Martínez, P., & Del Bosque, I. R. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 89-99.
- Gerard Zaltman M. 1976.. *Delivery Quality Service*. Free Press. New York.
- Swastha, Basu.1990. *Menajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Rangkuti, Fredly. (2015). *Messuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Matodah, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gojek Area Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*. Vol. 2, No. 3.
- Wibowo, P. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Pt. Gojek Indonesia (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online- Gojek di Tangerang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 27–38.
- Nisaa. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek Di Kota Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technolog*.
- Dian Utari, Nandiansi Rima Amanda 2021 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mulia Darma Pratama Palembang).
- Atika Zahra, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Yogyakarta).
- Kotler, P. dan Keller, K, L. 2007. *Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj)*. Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta: Indeks.
- Nawari & Marianti, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online Di Lamongan.
- Sudaryono. (2016), *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Hurriyati, R. (2015), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA.
- Salem, M.A., S. Zahra. & A. Yaseen. (2017), *Impact of Service Quality and Trust on Repurchase Intentions – The Case of Pakistan Airline Industry*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 29(5)

- Berry, L.L. (1999), *Discovering the Soul of Service*. New York: The Free Press.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.
- Juran, J. M. (1998). *Juran's Quality Handbook: Fifth Edition. (Revised)*. United States: McGrawHill Education - Europe.
- Maharama, A. R. ; N. K. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Henry Dewantara Alan and Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D (2020) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Maxim*.
- Kotler, P. dan K. Keller. (2009), *Manajemen Pemasaran (terj.)*, Edisi 13 Jilid 1. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.