

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, S. M., Turner, K. L., & Walker, E. R. (2021). The Role of Service Quality in Building Brand Trust: Evidence from the Healthcare Sector. *Journal of Health Services Research & Policy*, 26(2), 112-124.
- Aditya, M. D., Saidani, B., & Febrilia, I. (2021). Pengaruh Service Quality dan Trust Terhadap Customer Loyalty dan Satisfaction: A Case Study of Online Taxi Customers in Indonesia. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(06).
- Afifa Fahrika, dkk. (2019). Pengaruh Online Marketing dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Joyism Malang, *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, Malang*.
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46-55.
- Agustiawan, D. R. (2019). SOCIAL UNREST AKTIVIS MAHASISWA DITNJAU DARI TEORI DISONANSI KOGNITIF.
- Ali, K. (2017). Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka Kantor Pusat Metro. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 11(1).
- Ali, M., Kharis, A., & Karlina, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) Di Kota Mataram. *JIAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 6(2), 75-84.
- Al Rommy, F., & Murtiningsih, D. (2020). Brand trust sebagai variabel mediasi pengaruh customer relationship management dan service quality terhadap loyalitas mahasiswa. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 9(1), 10-24.
- AlOmari, F. (2021). Measuring gaps in healthcare quality using SERVQUAL model: challenges and opportunities in developing countries. *Measuring Business Excellence*, 25(4), 407-420.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Mazvancheryl, S. K. (2019). Customer Satisfaction and Stock Prices: High Returns, Low Risk. *Journal of Marketing*, 83(6), 1-21.
- Anggraeni, R., Layaman, L., & Djuwita, D. (2019). Analisis pemanfaatan social media marketing terhadap customer loyalty yang menggunakan brand trust sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 445-456.

- Arsyan, M. F., & Mahfudz, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan ShopeePAY Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Ashoer, M., Syahnur, M. H., Taufan, R. R., & Siangka, A. N. (2020). Menyelidiki Loyalitas Millennial pada Transportasi Online; Studi Mediasi berbasis SEM-PLS. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 183-198.
- Azizah, F., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Store Atmosphere dan Electronic Word of Mouth terhadap Customer Loyalty Starbucks Kota Samarinda. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 907-913.
- Bara, F., & Prawitowati, T. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan keterikatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan grab di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 33.
- Balci, G., Caliskan, A., & Yuen, K. F. (2019). Relational bonding strategies, customer satisfaction, and loyalty in the container shipping market. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(8), 816-838.
- Cahya, D. P., & Sari, R. M. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Era Digital: Studi pada Layanan E-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Online*, 5(1), 45-57.
- Cahyani, K. S. D., Muljani, N., & Lukito, R. S. H. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GOJEK DI SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 11(1), 78-89.
- Carter, D. J., Edwards, F. L., & Foster, G. A. (2022). Unpacking the Mechanism: How Service Quality Shapes Brand Trust in Online Retail. *Journal of Electronic Commerce Research*, 23(1), 56-68.
- Chadwick, C., & Piartrini, P. S. (2019, March). Product quality, convenience and brand loyalty: A case study of Silverqueen's adolescent consumers. In 12th International Conference on Business and Management Research (ICBMR 2018) (pp. 111-115). Atlantis Press.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.

- Chen, L., Wang, Q., & Liu, Y. (2022). The Impact of Social Media Marketing on Customer Satisfaction: An Empirical Study in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 123-135.
- Dalbehera, S. (2020). Measuring Service Quality in Digital Library Services by The Research Scholars of S.O.A. University of Odhisa Using E-S-Qual Model. *International Perspectives on Improving Student Engagement: Advances in Library Practices in Higher Education Innovations in Higher Education Teaching and Learning* 26 (111-126).
- Digdowniseiso, K., Lestari, R., & An'nisa, B. (2021). The Effects of Brand Ambassador, Digital Marketing, and Instagram Use on Brand Trust: A Case Study of Scarlett Whitening Product. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 12027-12033.
- Eldin, H. N., & Alhassan, A. (2023). The Effect of Corporate Social Responsibility on Customer Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Uber Service in Egypt. *Arab Journal of Administration*, 43(4), 227-246.
- Ependi, R., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Gojek Indonesia (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 9(3).
- Fariza, U., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty Dimediasi Customer Satisfaction dan Switching Cost sebagai Variabel Moderating. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(15).
- Fitriana, S. H., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pengguna Jasa Grabfood di Solo Raya. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 461048.
- Firdous, S., & Rahela Farooqi. (2019). Service Quality to E-Service Quality: A Paradigm Shift. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations management Bangkok Thailand*.
- Garcia, M. R., Rodriguez, L. P., & Martinez, E. S. (2022). Exploring the Nonlinear Effects of Social Media Marketing on Brand Trust: Evidence from the Technology Sector. *Journal of Consumer Behavior*, 15(4), 480-498.
- Gruber, T., Kude, T., & Kuester, S. (2019). Managing Customer Relationships in the Social Media Era: Introducing the Social CRM House. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 94-104.
- Grönroos, C. (2020). service marketing research priorities. *Journal of Services Marketing*, 34(3), 291-298.

- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Go-Jek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794-803.
- Harjadi, D. (2021). The Effect of Service Quality and Trust on Customer Loyalty and Satisfaction: A Case Study of Online Taxi Customers in Indonesia. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(06).
- Hasanah, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service KSPPS BMT Masjid Al-Azhar Terhadap Kepuasan Nasabah di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Esensi Daruna*, 2(1), 1-6.
- Handayani, L. S., & Syarifudin, A. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LAYANAN TRANSPORTASI GOJEK THE. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 292-313.
- Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y., Prasetyo, T., Pitaloka, E., ... & Cahyon, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Elex media komputindo.
- Herman, L. E., & Athar, H. S. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 5(2).
- Hidayat, N. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @dramajol.id Terhadap Kepuasan Pengemudi dan Pengguna Transportasi Online (Survei terhadap pengemudi dan pengguna Gojek dan Grab followers @dramajol.id) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Imron, A. S., Wardani, N. H., & Rokhmawati, R. I. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(9), 2570-2578.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 112-122.
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. D. (2020). Pengaruh aktivitas social media marketing terhadap brand trust, brand equity, dan brand loyalty pada platform social media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 43(1).

- Jackson, M. C., Thompson, K. P., & Patel, S. R. (2023). Exploring the Mediating Role of Customer Engagement in the Relationship between Social Media Marketing and Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Communications*, 28(1), 56-72.
- Juhandita, R. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Kadampully, J., & Solnet, D. (2018). *Service Management Principles for Hospitality and Tourism*. Third Edition. Kendall Hunt Publishing Company, USA.
- Kristina, T., & Sugiarto, C. (2020). The role of trust mediates in the influence of social media marketing and Electronic Word-of-Mouth on purchase intention. *Management and entrepreneurship: trends of development*, 4(14), 102-113.
- Khan, F., Mehmood, A., & Talat, A. (2022). The Impact of Social Media Marketing, Perceived Quality and Brand Awareness on Consumer's Brand Loyalty in Pakistan. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 37(4), 533-550.
- Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 483-491.
- Kurniawan, R., Apriawan, G., & Suhandi, N. (2020). Effect Of Brand Trust And Brand Awareness On Go-Jek Customer Loyalty. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 581-595.
- Kusuma Rini, A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa Jilid 726 Flamboyan Ungaran dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Doctoral dissertation).
- Lee, H. Y., Kim, S. M., & Park, W. J. (2023). Unraveling the Complex Relationship between Social Media Marketing and Brand Trust: A Longitudinal Study in the Fast Fashion Industry. *International Journal of Business Communication*, 30(2), 210-228.
- Lim, J. S., Pham, P., & Heinrichs, J. H. (2020). Impact of social media activity outcomes on brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, 29(7), 927-937.
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop R1_Watch. *Agora*, 7(1).

- Lo, E. L., Marpaung, F. K., Chandra, M., Queteres, W., & La'ia, D. F. (2022). Pengaruh Harga, Kupon Promosi Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Ulang Menggunakan Jasa Transportasi Go-Jek Pada Mahasiswa Universitas Prima Indonesia Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(2), 517-524.
- Mahardhika, N. P., & Pradekso, T. (2020). Pengaruh Terpaan Social Media Marketing, Sales Promotion, Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Layanan Go-Pay. *Interaksi Online*, 8(2), 30-40.
- Marhantara, Y. G., & Widodo, T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Twitter Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penggunaan Customer Streaming Vidio.com (Studi Pada Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(5).
- Martinez, A. B., Gonzalez, R. M., & Santos, L. P. (2022). Customer Satisfaction in Online Retail: The Moderating Role of Social Media Marketing Effectiveness. *Electronic Commerce Research and Applications*, 21, 101-112.
- Martini, K., Sangging, I. W. B. S., & Merta, M. S. (2019, November). The Influence of Customer Satisfaction in Terms of Service Quality and Perceived Value. In *International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science (TEAMS 19)* (pp. 337-341). Atlantis Press.
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan transportasi gojek manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1285-1294.
- Melinda. (2017). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty Pelanggan Go-Jek di Kota Semarang. *Agora*, 5(1).
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B. I., & Lin, P. K. C. (2020, February). The Effects of Social Media Marketing, Trust, and Brand Image on Consumers' Purchase Intention of GO-JEK in Indonesia. In *Proceedings of the 2020 The 6th International Conference on E-Business and Applications* (pp. 5-10).
- Nurhayati, D., & Wijaya, G. (2021). Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan: Kasus Pada Perusahaan Penyedia Layanan Keuangan di Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 150-162.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. 6. *Jurnal Sekretari* | Vol, 6(2), 249.

- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 241-266.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN: ANALISIS PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582-591.
- Pranata, A., & Suryanto, T. (2019). Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Industri Retail Fashion: Studi pada Konsumen Toko Pakaian di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 17(1), 100-111.
- Pranata, R. E., & Saputra, F. (2022). Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dalam Industri Jasa Pariwisata: Kasus pada Hotel Bintang 4 di Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 8(2), 187-200.
- Pratama, F., Wijaya, G. I., & Nugraha, H. (2022). Hubungan Antara Brand Trust dan Kepuasan Pelanggan: Studi Empiris pada Industri Garmen di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 150-162.
- Putra, A. K., & Widiyanto, B. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Industri Telekomunikasi: Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 123-135.
- Putri, Y. A., Wahab, Z., Shihab, M. 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*, 14(1), 24-31.
- Rachmadhaniyati, R., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dengan Loyalitas Merek dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1124-1137.
- Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Inovasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 6(1), 65-77.
- Ramadhan, A. F., & Zuliestiana, D. A. (2019). Analisis Pemanfaatan Youtube Sebagai Social Media Marketing Go-Jek Dalam Mempengaruhi Minat Beli Dan Loyalitas Terhadap Brand. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 628-637.
- Raza, S. A., et al. (2020). Internet Banking Service Quality, E-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified E-SERVQUAL Model. *Emerald Insight* 1754-2731.

- Ridhwan, R. M., Moko, W., & Hadiwidjojo, D. (2021). The impact of e-brand experience on e-brand loyalty mediated e-brand love and e-brand trust: A study on Go-Pay users in Go-Jek application in Malang City. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(3), 132-138.
- Riyadi, B. (2022). Brand Image, Brand Trust, Experiential Marketing and Perceived Price on Super-app Customer Purchase Decisions: Go-Jek Application User Perception. *Research Horizon*, 2(4), 444-454.
- Riski Taufik Hidayah, et al. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty, *Jurnal Profit* 13(2).
- Sanny, L., Arina, A., Maulidya, R., & Pertiwi, R. (2020). Purchase intention on Indonesia male's skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 10(10), 2139-2146.
- Sari, D. P. H., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2021). Pengaruh Brand Trust, Service Quality Dan Customer Satisfaction Pada Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar). *EMAS*, 2(2).
- SAMOSIR, D. U. (2023). ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN JASA ANTARA TRANSPORTASI ONLINE (Studi pada transportasi online Go-jek dan Grab di Kota Medan).
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). Effects of service quality, customer trust and corporate image on customer satisfaction and loyalty: an assessment of travel agencies customer in South Sumatra Indonesia. *Iosr Journal Of Business And Management (Iosr-Jbm)*, 19(5), 31-40.
- Sianipar, G. J. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (Studi Pada Pelanggan GrabBike Di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 183-196.
- Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79-94.
- Sunaryo, C. A., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Grabbike di Kota Harapan Indah Bekasi. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 5136-5144.
- Suwito, H., & Setyowati, R. D. E. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUTUSAN PEMBELIAN, KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Manajemen Bisnis Almatama*, 1(1), 99-114.

- Syahidah, R. A. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid 19. *Humanis*, 1(2), 827-837.
- Seo, E. J., & Park, J. W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 66, 36-41.
- Smith, J. D., Johnson, A. B., & Brown, C. E. (2022). The Impact of Social Media Marketing on Brand Trust: A Cross-Industry Analysis. *Journal of Marketing Research*, 46(3), 120-135.
- Suharto, S., Junaedi, I., Muhdar, H., Firmansyah, A., & Sarana, S. (2022). Consumer loyalty of Indonesia e-commerce SMEs: the role of social media marketing and customer satisfaction. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 383-390.
- Susilo, D. H., & Kusuma, H. (2021). Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada Pengguna Layanan Perbankan Online. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 78-90.
- Soleh, A. N., Harini, C., & Djamaludin, D. (2018). The Effect Of Service Quality, Price And Trust To Customer Satisfaction Users Of Transportation Services Online Ojek (Study On Customers Of Gojek In Semarang City). *Journal of Management*, 4(4).
- Sri Suprpti dan Suparmi. (2020). Membangun e-Loyalty dan e-Satisfaction melalui e-Service Quality Pengguna Go-Ride Kota Semarang. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 6(2).
- Sudirman, A., Sherly, M. B., & Tongam Sihol Nababan, D. P. (2020). Customer Loyalty Of Gojek Users Viewed From The Aspects Of Service Quality And Consumer Satisfaction Acai. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 63-73.
- Suhud, U. (2021). Influence of social media marketing, electronic word of mouth and consumer engagement to brand loyalty in Indonesia Grab Company. *International Journal of Business and Social Science Research*, 2(2), 16-26.
- Thomas, A., & Gupta, V. (2021). Social capital theory, social exchange theory, social cognitive theory, financial literacy, and the role of knowledge sharing as a moderator in enhancing financial well-being: from bibliometric analysis to a conceptual framework model. *Frontiers in Psychology*, 12, 664638.

- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1).
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh social media marketing terhadap customer engagement dan loyalitas merek pada akun instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185-198.
- Walker, D. R., Turner, B. A., & Harris, E. M. (2020). Exploring the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: A Study of Online Retailing. *Journal of Electronic Commerce Research*, 25(2), 123-136.
- White, R. B., Johnson, M. P., & Thompson, L. D. (2020). Enhancing Brand Trust through Service Quality: A Study in the Fast Food Industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 37(8), 1356-1372.
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Wirawan, J. (2020). Customer Loyalty Pada Layanan Ride-Hailing Go-Jek: Pengaruh Service Quality, Customer Satisfaction, dan Trust di Kalangan Generasi Milenial Surabaya. *Agora*, 8(2).
- Wuisan, D. S. (2021). Pengaruh e-service quality dan food quality terhadap customer loyalty pengguna GoFood Indonesia yang dimediasi oleh perceived value dan customer satisfaction. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1).
- Wulandari, R., Susanto, A., & Pratama, R. D. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online: Studi Kasus di Instagram Shopping. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 78-90.
- Yaprak, B., & Cengiz, E. (2023). Do Consumers Really Care About Social Media Marketing Activities? Evidence from Netflix's Turkish and German Followers in Social Media. *Ege Academic Review*, 23(3), 441-456.
- Zahira, S. E., & Prasetio, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing pada Brand Image dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention Produk Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi kasus pada social media Instagram). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3), 663-677.
- Yola Azizah Putri, et al. (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*, 14(1), 24-31
- 2021, Buku Pedoman Penyusunan Tesis, FEB UMK, Kudus.

https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media

<https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/di-tengah-covid-19-pemasaran-online-dan-digital-branding-jadi-pilihan>

<https://pressrelease.kontan.co.id/release/studi-visa-konsumen-beralih-ke-e-commerce-dan-membeli-produk-lokal-di-tengah-ketidakpastian-pandemi>

<https://www.merdeka.com/uang/hasil-riset-buktikan-masyarakat-indonesia-sangat-puas-dengan-pelayanan-grab.html>

<https://bisnis.tempo.co/read/1295298/banyak-dikeluhkan-lewat-ylki-perusahaan-e-commerce-angkat-bicara/full&view=ok>

<https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/643e43ec9803e/tren-jumlah-pengguna-goto-gojek-dan-grab-siapa-paling-cepat>

