

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., Nisha, A., Yusniar, & Ridwan, M. (2021). Service Quaiity, Brand Image and Price Fairness Impaction on the Customer Statisfaction and Loyalty Towards Grab Bike. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3), 1067–1077.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Badrany, M. H., Anan, M. F., Sinaga, Y. A., Sippan, M., & Tarmidi, D. (2021). The Effect of Product Innovation and Service Quality on Purchasing Decisions During Covid 19 (Survey of Grab App Users In Bandung 2021). *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32(3), 9417–9421.
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2021). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS Mengenal SEM-AMOS*. Deepublish.
- Bayu, D. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta). *Perspektif*, 16(1), 1–6.
- Biamoaziiz, Suhud, U., & Saparuddin. (2021). The Influence of Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth and Consumer Engagement to Brand Loyalty in Indonesia Grab Company. *Internation Journal of Business and Social Science Research*, 2(2), 16–26.
- Cooper, D. R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Buku 1* (12th ed.). Salemba Empat.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. CV. Budi Utama.
- David. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Agora*, 6(2), 95–100. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7720>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Pertama). CV. Penerbit Qiara Media.

- Hanum, F., Purnama, N. I., & Harahap, S. H. (2021). Analysis of Service Quality and Grab Promotion on Consumer Satisfaction at Muhammadiyah University of North Sumatra Students Using Grab (in Indonesian). *Jurnal Akmami(Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(3), 528–537.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Harris, I., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2022). The Influence of Financial Technology and Quality of Service on Satisfaction and Loyalty on Employees of Bank CIMB Niaga Bukit Barisan Branch on Grab App Users. *The International Journal of Business Management and Technology*, 6(2), 65–77.
- Hidayati, A., Sifatu, W. O., Ali, M., Denok, S., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara.
- Ibrahim, A. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis dalam Islam*. Ar-Raniry Press.
- Idrus, S. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*. Prentice Hall Published.
- Lusiah, Noviantoro, Dj., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213–226.
- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Hamid, A. (2022). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Insan Cendikia Mandiri.
- Meola, S., Sarwono, A. E., & Widodo, U. S. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Transportasi Ojek Online Grab dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 14(2), 1–16.
- Misbahudin. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Bumi Aksara Jakarta.
- Novianti, Endri, & Darlius. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90–108.
- Nuraeni. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab.

- Putranto, A. (2022). *Loyalitas Pelanggan (Pertama)*. Widina Bhakti Persada.
- Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Online Food Delivery Service di Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 125–138.
- Rivai, A. K., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Sa'adah, L., & Mu'arofah, M. (2021). The Influence of Service Quality and Price Perception on Reuse Interest in Grab Motor Consumers in Jombang. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(4), 141–148.
- Sahrin, Qomariyah, E., & Febriyah, A. (2021). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Salman, F., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Septiani, R., & Nurhadi, N. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 10(2), 249. <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Siregar, Z. M. E., Perlaungan, A., Supriadi, Y. N., Ende, & Pristiyono. (2021). *Structural Equation Modeling (Konsep dan Implementasinya pada Kajian Ilmu Manajemen dengan Menggunakan Amos)*. Deepublish.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Sembilan)*. Alfabeta.
- Surianto, Ketmi Novrin; Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Prosiding SENDI -U 2019*, 345–358.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. CV. Budi Utama.
- Susila, I. G. B., Rooswidjani, & Ratri, A. M. (2017). Hubungan Bauran

Pemasaran dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 165–171.

Taris, S. H., & Purwanto, S. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Go-Food di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 449–454.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2015). *Service Quality and Satisfaction* (Andi Offse).

Wahyono, D. P., Sulastri, & David, M. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Terhadap Pelanggan Grab Food pada Mahasiswa STIE KH. Ahmad Dahlan di Kota Lamongan)*. 34(1), 127–138.

Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Menggunakan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*. UPN Veteran Jawa Timur.

Wandini, D., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Dimasa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Potensi utama). *Jurnal Visi Manajemen*, 9(1), 49–59.

Wati, D. D., Mursito, B., & Hartono, S. (2020). Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Transportasi Online Grab Bike di Kota Surakarta. *Edunomika*, 4(2), 610–618.

Wicaksono, D. A. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Jurnal Ilmial Multidisiplin*, 1(3), 504–509.

Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Polinema Press.

_____, 2022. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.

www.viva.co.id, (diakses pada tanggal 30 Mei 2023)

www.grab.com, (diakses pada tanggal 15 Juli 2023)