

DAFTAR PUSTAKA

- Abikusuma, D. S., & Raseta, R. (2024). Pengaruh Kualiras Layanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keouasan Konsumen Gojek. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(3). <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i6.1601>
- Aldino, & Suroso, A. (2022). The Effect Of Customer Trust And Service Quality On Post Purchase Intention Through Customer Satisfaction On Online Grab Transportation (Survey Of Grab Customers In Purworejo). *International Conference on Sustainable Competitive Advantage 2022*, 12(1), 219–232.
- Alfyana, U. Y., & Zuhroh, S. (2022). Pengaruh Ease Of Use Terhadap Repurchase Intention Yang Di Mediasi E-Satisfaction (Studi Pada Online Travel Agent). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1156–1166. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44030>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andreani, F., Halim, A., & Kurniawan, F. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Pizza Hut Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(2), 183–199.
- Anggraeni, A. L., Febrilia, I., & Aditya, S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 198–213. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.15>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aryani, L., Pusporini, & Resti, A. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Grab. *Journal Management, Business, and Accounting*, 22(3), 524–538. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2650>
- Awaliyah, S. A., & Saino. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online (Studi Pada Dkpop Shop). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(1).
- Desri, S., Mawadda, F., Ulfa, S., & Adinarta, B. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Di Kota Payakumbuh. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2078–2087. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ferdinand, A. (2016). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Fransiska, & Aquinia, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(1), 56–64.
- Gika, E. N. N., Hani, R. D., & Az Zahra, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Tasikmalaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 18–28.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia.
- Hutagalung, U., Sukriah, Y., & Ritonga, N. (2021). The Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Intention To Use Gojek Application and Its Impact on Purchase Decision of Gojek Services. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 29(1), 15–34. <https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2021.29.1.2>
- Irianto, B. S. (2020). Mediasi Sikap Pada Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Ukm Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 1–13.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi Offset.
- Kinasih, C. M., & Rizqullah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(6), 4026–4037. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i6.1601>
- Kotler, P. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2015). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Pribadi, R. M., & Kusdibyo, L. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan : Studi Kasus Pada Grab. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(1), 629–636.
- Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2007). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Vol. 2013, Issue 3). Insania Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati.
- Ritonga, N., Astuti, E. S., & Sunarti. (2021). The Ritonga of Perceived Ease of Use, Discount, and Perceived Usefulness on Intention to Use Grab Application and It's Impact on Purchase Decision of Grab Services. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 27(2), 55–70.

<https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2019.27.2.3>

- Safitri, N., Lasiyono, U., & Arprabowo, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Gojek di Wilayah Terminal Purabaya Bungurasih. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(2), 174–183.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastri, Suwiyanti, R., & Anggraeni, S. T. (2022). The Influence of Promotion, Price Perception, Security and Convenience on The Satisfaction The Gojek Application in Jabodetabek. *Judicious Journal of Management*, 3(2), 164–174.
- Sumarwan, U. (2013). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen. In *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. Penerbit IPB Press.
- Suryatenggara, G. M., & Dahlan, K. S. S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 171–185. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3866>
- Widodo, D. G., & Sunarto. (2022). Kualitas Pelayanan Penjual Online, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam E-Commerce Shopee. *Jurnal CAPITAL*, 4(2), 104–112.
- Yohanda, A. R., Masdupi, E., & Engriani, Y. (2022). The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 323–330.
- _____. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.