

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W dan Jogiyanto, (2009). *Parial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi: Yogyakarta. Hal 262.
- Alfian, Erwinsyah, 2017. *Manajemen Kelas Dalam Meningkatkan Efektifitas Proses Belajar Mengajar*, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Volume 5, Nomor 2.
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Andromeda, Kevin. (2014). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Atas, Al A. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Economic*.
- Akamvi, R., Mohamed, E., Pellmann, K., & Xu, Y. (2015, February). Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business. *Tourism Management*, 46(2015), 528-545.
- Chin, W. W., 1998. *The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling*, Cleveland, Ohio.
- Damayanti, C., & Wahyono. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. *Management Analysis Journal*, 4(3), 236-251.
- Davis, Gordon B. (2013). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Palembang: Maxikom.
- David. (2018). *Pengaruh E-service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab*. *Agora*, Vol.6(2).
- Diah, N. P. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengguna Transportasi Online*

- (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek di Kota Magelang). *Jurnal Economic*, 2(1), 508-510.
- Dhita, T. D. & Heri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri. *Jurnal Economic*, 11(1), 45-56.
- Farida, M. D. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Domino's Pizza Cabang Ciputat). *Jurnal Economic*, 7(2).
- Fatuh, M., & Widyastuti. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transsportasi Online (Studi Pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4), 1-9.
- Gozali, ilham (2006). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hartono, Jogiyanto. (2007). Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Edisi 2007. BPFE. Yogyakarta.
- Ilyas, Y. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Teknologi E-Commerce Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Layanan Go-Jek Di Wilayah Kecamatan Cibinong. *Jurnal Economic*, 9(1), 40-50.
- Kadek, A. M. & Wayan, S. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Travel Agent Airasia Go. *Jurnal Economic*, 9(2).
- Kotler, Philip and Gary Amstong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi. 12. Jili. 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2012), Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. P345.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (14 Jilid 1 & 2 ed.). (B. Sobran, Penyunt.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Lewis dan Boom (2012), Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke 3. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lupiyoadi, Rambat. & Hamdani, A. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa, (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Manus, F. W. (2015). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintoun Tondano Barat. *Jurnal EMBA*, 3(2), 679.
- Nalendra, A. R. A., Winarno, S. H., Susanti, I. D., & Latumahina, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Produksi Tiongkok Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus HP Android Xiaomi). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(12), 1171–1181.
- Naomi, P. E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Segmen Manajemen*, 12(1), 1-12.
- Nugroho, Triyandri, Novemy. (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta)”, *Jurnal Paradigma* Vol.12, No. 02, Agustus 2014-Januari 2018 ISSN: 1693-0827.
- Hanafizadeh, Payam et al., (2014). A systematic review of Internet Banking adoption. *Telematic and Informatics* 31, pp. 492-510.
- Panji, E. P. (2016). Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL Axiata di Pelajar Dan Mahasiswa Yogyakarta). *Jurnal Economic*.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer

Perceptions
of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.

- Permono, V.R., & Pasharibu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pizza Hut. Jimek: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 129-135.
- Ridha, A, T . Sudarto, P, H., & Dinalestari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal economic*.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). Consumer Behaviour In Era Millenial. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli. Retrieved from keputusan pembelian&f.
- Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Setyaningsih. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Mie Sedap (Studi kasus pada konsumen mie sedap di kecamatan Tembalang). Diponegoro. *Journal of Social And Politic* tahun 2013, Hal 1-10
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D). Bandung.
- Tjiptono, F. (2000), *Marketing Management*, Edisi Millenium, Volume 2, Yogyakarta.
- Tjiptono. (2010). Konsep pemasaran . Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, & Chandra . (2011). Kualitas . Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2014). Strategi pemasaran (2nd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi ke 4 ed.). Yogyakarta: Cv Andi.
- Tjiptono, F. (2016). Service Quality & Satisfaction (Edisi Ke-4 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.
- Turban, Efraim, David King, Dennis Viehland, Jae Lee. (2010). *Electronic Commerce a Managerial Perspective Eight Edition*.

- Trisnawati, Ella, Agus Suroso, And Untung Kumorohadi. (2012). “Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (Jbe)* 19(2): 126–41.
- Wen, Chao; Prybutok, Victor.R dan Xu, Chenyan. (2011). “An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention”. 2011. *Journal of Computer Information Systems*.
- Wibowo, P. 2018. Pengaruh Harga, Kuaitas Layanan, 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.
- Widjaja, A. E. ; L. indirawati. 2018. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Laayanan Terhadap Keutusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terapan*, 02, 81-104.
- Wulandari, R. S., & Prihatini, A. E. 2018. Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Go-Ride (Studi Kasus pada Pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

www.Dkatadata.com. diakses pada 15 Oktober 2022

www.taxi.maxim.com. Diakses pada 15 oktober 2022

www.doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.010. Diakses pada 20 November 2022

www.ejournal-s1undip. Diakses pada 24 November 2022

www.tribun.timur.com. Diakses pada 20 januari 2023

www.tempo.com. Diakses pada 25 januari 2023

www.finance.detik.com. Doakses pada 27 januari 203

www.bisnis.tempo.com. Diakses pada 1 Febuari 2023