

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). Layanan Transportasi Online yang Digunakan Responden Agustus-September 2022. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, *Brand Image*, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada *Membercard*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Arsi, A. (2021). Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss. *Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss*, 1–8.
- Atmaja, D. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Pelanggan Grab di Kota Denpasar. 12(01).
- Baistama Putra, R., & Martini, E. (2021). *E-Service Quality Effect on Customer Satisfaction and Loyalty in*. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3182–3193.
- bayu jarot, D. (2020). Grab dan Gojek, Layanan Transportasi Online Paling Populer di Masyarakat. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-populer-di-masyarakat>
- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. In *Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions*. www.tirpude.edu.in
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, A. S. (2021). Pengaruh *Perceived Value*, *Brand Experience*, dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* (Studi pada Pengguna Spotify Premium). *Jurnal Imiah Mahasiswa Universitas FEB Brawijaya*, January, 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7193>
- Edwards, R. (2018). *An Elaboration of the Administrative Theory of the 14 Principles of Management by Henri Fayol*. *International Journal for Empirical Education and Research*, 1, 41–52.

<https://doi.org/10.35935/edr/21.5241>

- Farahdibaj, H. A., Nur Diana, D., & Fakhriyyah, D. (2023). Pengaruh *Customer Perceived Value* dan *Trust* Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 28–38. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/59611>
- Fitria. (2013). Definisi Operasional Variable. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Izzah, N. N., Budiatmo, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh *E-Service Quality*, *Perceived Ease Of Use*, dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 50–58. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33375>
- Lay, A., & Marvianta, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, *Electronic Word of Mouth (E-Wom)*, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Aplikasi Marketplace). *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(2), 90–99. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.99>
- Li, L. (2010). *A Critical Review of Technology Acceptance Literature*. *Southwest Decisino Sciences Institute*, 22. http://www.swdsi.org/swdsi2010/SW2010_Preceedings/papers/PA104.pdf
- Mcknight, DH; Chervany, N. (2002). *What Ttrust Means In E-commerce CustomerRrelationships:An Interdisciplinary Conceptual Typology*. *International Journal Of Electronic Commerce*,35-59
- Mulyana, A. dwi. (2013). Pengaruh Presepsi harga dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Mediasi Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Grab di Kota Medan. *Journal Information*, 2(30), 1–17.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nurkhomaria, D., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh *E-Trust*, *E-Service Quality*, Dan *E-Satisfaction* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Shopee. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and*

- Management*, 2(3), 620–632. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.85>
- Pio, J., Mamuaya, N. C., & Angmalisang, S. (2022). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Janji Jiwa Jilid 667 Tomohon. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2019–2030. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2686>
- Pramita, R. (2021). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Customer Engagement*, Dan Promosi Terhadap Loyalitas. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1–9.
- Pramudita, R. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Brand Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty* Pengguna Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pengguna Tokopedia di Ponorogo). *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt Sido Muncul Kebon Jeruk). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (S Tudi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt Sido Muncul Kebon Jeruk)*, 3–3.
- Rachmawati, I., Jauhari, I., & Mohaidin, Z. (2017). *The Influence of User Experience Toward Customer Loyalty Through Customer Based Brand Equity in Service Provider GSM in Indonesia. The 5th International Seminar and Conference on Learning Organization (ISCLO)*, 13–26.
- Raharjo, S. (2019). Cara Melakukan Uji t Persial dalam Analisis Regresi dengan SPSS. Spssindonesia. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>
- Rahmawati, A. Y. (2020). Pengaruh Kompensasi Lingkungan Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan pada UD. Ridho Ilahi Desa Sentul Kecamatan Sumpersuko Lumajang. *July*, 1–23.
- Rarasati, A. D., & Shihab, M. S. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *Price* terhadap *Customer Trust* Serta Dampaknya pada *E-Loyalty* (Studi pada GrabFood). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(2), 113–125. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i2.55996>

- Rufina, P., Syarifah, H., & Herning, I. (2021). Pengaruh *Service Quality*, *E-Trust* Terhadap *E-Satisfaction* Dan *E-Loyalty* Konsumen. *Sketsa Bisnis*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Septa, F., Yudhana, A., & Fadlil, A. (2020). Analisis Perbandingan Metode Regresi Linier Dan *Importance Performance Analysis* (IPA) Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Layanan *E-Government* Menggunakan Metode WebQual Modifikasi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(5), 951–960. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2020752294>
- Sinambela, E. at al. (2023). Manajemen Bisnis Digital (tri puput Cahyono (ed.)). Cendikia Mulia Mandiri.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan *R&D*. Alfabeta.
- Sulistiywati, U. (2022). *E-Relationship Satisfaction* dan *E-Loyalty* ditinjau dari Peran *Privacy Security Settings*, *Application Design* dan *E-Trust*. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 9(1), 102–113.
- Taufik, N., & Hanafiah, M. H. (2019). *Airport Passengers' Adoption Behaviour Towards Self Checkin Kiosk Services: The Roles Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness and Need For Human Interaction*. *Heliyon*, 5(12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02960>
- Zulfikar, A. (2023). Maxim Perluas Layanan di Ponorogo untuk Dukung Kebutuhan Transportasi Masyarakat. Pilar.Id. <https://www.pilar.id/maxim-perluas-layanan-di-ponorogo-untuk-dukung-kebutuhan-transportasi-masyarakat/>