

DAFTAR PUSTAKA

- Aang Curatman. (2020). Program Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: *CV Budi Utama*.
- Adam, Muhammad. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa, Bandung: *Alfabeta*.
- Avitrisna, D. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Grab di Surakarta)*. eprints.ums.ac.id. Retrieved from <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/89514>
<https://eprints.ums.ac.id/89514/10/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Bustam, Syamsu, N., Nurgajriani, Izmalinda, & Retno, T. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab-Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiem Bongaya Makassar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18 (1), 9–16.
- Chang, H.H., Wang, Y.-H. and Yang, W.-Y. (2009) The Impact of E-Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty on E-Marketing: Moderating Effect of Perceived Value. *Total Quality Management*, 20, 423-443.
- Eldon, M., & S, J. P. A. (2021). Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Grabfood Di Kecamatan Tulungagung. Vol. 8 (1), 148–158.
- Fakiroh, Z., Wahyuningsih, N. S., & ... (2023). The Effect of Perceived Service Quality and Consumer Satisfaction on User Loyalty for Grab-Bike Online Transportation. Experimental. Retrieved from
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Finistyan, Y. K. K., & Bessie, J. L. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Travel Di Kabupaten Malaka (Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres). *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 12(2).
- Hoffman & Bateson. (2011). *Service Marketing, International Edition 4e*. Colorado State University : *Cengage Learning*.
- Husni, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Bike Di Kota Depok. *Herni Pujiati*, 2(2), 2598–5256.
- Irawan, Handi. 2007. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, *PT Elex Media Komputindo*.

Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*

Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan. Jogjakarta: Gajahmada University Press.*

Lusiana, L., Pasda, S., Mustari, M., Ahmad, M. I. S., & Hasan, M. (2020). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 3(2), 34. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v3i2.14307>

Mongilala, R. S., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2020). Kualitas Pelayanan Transportasi Online (Grab Bike) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Productivity*, 1(3), 246–250.

Muhammad Fikri, Ai Yulianti. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Ojek Online Grab-Bike (Studi Pada Pelanggan Grab-Bike di Kota Bandung) *The Influence Of Service Quality And Price On Customer Loyalty Wit*, 7(2), 3874–3885.

N, M. F., & Yuliaty, A. Li. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Ojek Online Grab-Bike (Studi Pada Pengguna Grab Bike di Kota Bandung) *The Influence Of Service Quality And Price On Customer Loyalty Wit*, 7(2), 3874–3885.

Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, Routledge.*

Parhusip, A. A. (2022). Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Layanan Online (Grab) Di Wilayah Kota Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 107.

Puspita, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis), 2(2).

Samadara, P., & Sayd, A. I. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pengguna Grab Motor di Kota Kupang. *Bisman-Jurnal Bisnis & Manajemen*, 1–8. Retrieved from

Sari, M., Prayogi, M. A., Jufrizen, J., & Nasution, M. I. (2020). Membangun

- Loyalitas Pelanggan Berbasis E-Service Quality Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Transportasi Online Grab-Car di Kota Medan). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 218.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: *Alfabeta*.
- Sumantri, A. S., Kau, B., & Abimanto, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Transportasi Online di Yogyakarta (Studi Kasus Penumpang Grab-Bike). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 4(2), 115–116. Retrieved from <http://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/index>
- Sumarwan, ujang (2004). Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. *Edisi pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu*
- Upamanyu, et.al., 2015. Effect of Corporate Brand Image on Brand Trust and Brand Affect. *International Journal of Applied Science Research and Review (IJAS)*. Volume 2, No. 1:020-033
- Usuli, A., Pakaya, abd R., & Niode, I. Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Grab Bike Di Kota Malang. *Bisnis Dan Ekonomi*, 9 (1), 446–453.
- Widagdo, F., & Laily, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Bike Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9 (11).
- Winata, W., & Evyanto, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Di Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(2), 1–8.
- Zaid, Z., & Anam, S. (2021). Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan. *Academia Publication*.
- Zeithaml, V. et al (2009). Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm. *5th edition. Mc. Grow Hill*.