

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman. (2014). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. New Jersey : Prentice Hall.
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 380-392.
- Amoroso, D. L., & Chen, Y. A. N. (2017). Constructs Affecting Continuance Intention In Consumers With Mobile Financial Apps: A Dual Factor Approach. *Journal of Information Technology Management*, 28(3), 1-24.
- Anas, J. (2019). *Pengaruh Motivasi Hedonik, Kepercayaan, Keamanan, Dan Desain Situs Web Terhadap Perilaku Belanja Online (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Pengguna Situs Blibli. Com)* (Doctoral Dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta).
- Apriyadi, D. (2017). Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99).  
<https://www.academia.edu/download/56977325/882-69-1-SM.pdf>
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85-94.
- Azis, N., Widarko, A., & Rizal, M. (2022). Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan Dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(22).
- Basuki, R., Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., Limanta, L. S., Setiawan, D., & Mochtar, J. (2022). The Effectsof Perceived Ease Of Use, Usefulness, Enjoyment And Intention To Use Online Platforms On Behavioral Intention In Online Movie Watching During The Pandemic Era. *International Journal Of Data And Network Science*, 6(1), 253–262.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233.

- Cempena, I. B., & Putra, I. B. U. (2021). The Effect Of Service Quality, Price Perception, And Brand Image On Feeling Value, And Customer Satisfaction At Dian Husada Mojokerto Hospital. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Jagaditha*, 8(1), 71-80.
- Damanik, M. A. A., Fauzi, A., & Situmorang, S. H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment dan Kepercayaan Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan Pada Generasi Millennial Pengguna E-Wallet di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 827-834.
- Daryanto, (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Cetakan 2). Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Daryanto., & Setyobudi, I. (2019). *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Malang: Gaya Media.
- Deufel, P., & Kemper, J. (2018). Online Payment Method Selection: The Habitual Choice Of Deferring Payment. *International Conference On Information Systems 2018, Icis 2018, December*.
- Ella, T., Agus, S., & Untrung, K. (2012). Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (study kasus pada konsumen fesh shop). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 19(2).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. m., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd Edition).
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123-133.
- Ismanto, W., & Munzir, T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Dimensi*, 9(3), 536-548.
- Istiana, D. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Roda Dua PT X. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(2), 221-235. <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen/article/view/4113>
- Kevin, S. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bus Metrotrans PT. Transjakarta Rute Pulogadung–

Pondok Gede. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 3740-3748.

Khairunnisa, L., Mursito, B., & Sarsono, S. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kenyamanan, Keamanan Dan Ketepatan Waktu Pada Stasiun Purwosari Surakarta. In *Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 2, Pp. 194-198).

Kotler, Philip and Lane Keller. (2017). *Marketing Manajemnt, 15th Edition New*. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751. 15 Samarinda. *E Journal Administrasi Bisnis*, 2(1), 222-236.

Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenth Coffee. *Agora*, 6(1).

Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Nasution, R. W. S., & Aslami, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan. *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management*, 2(1), 111-118.

Nugroho, W. P., Wulansari, S., Inayah, C., & Dewi, V. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek di Magelang. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(2), 132-142.

Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada. *Com. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2).

Masnain, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Aksesibilitas Halte terhadap Pengambilan Keputusan Pnegguna Jasa di Bus Trans Jogja. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(2), 1-5.

Oktarini, M. A. S., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 227-237.

Oktaviasari, N., & Rachma, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Penumpang Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi Di Stasiun Kota Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(05).

- Oliver, Richard L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, Second Edition*, Routledge, New York.
- Palelu, D. R., Tumbuan, W. J., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 68-77.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-122.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233.
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2006). The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 4(1), 70-90.
- Prabantari, B. V. K. (2020). Analisis hubungan Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Transjakarta. *TRANSAKSI*, 12(1), 25-39. <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/1984>
- Purwanto, FX. Adi. (2019). *Pemasaran Jasa Kepelabuhanan*. Surabaya: Hang Tuah University Press.
- Puspitasari, I., & Briliana, V. (2017). Pengaruh Perceived Ease-Of-Use, Perceived Usefulness, Trust Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2), 171-182.
- Putri, D. W., & Baridwan, Z. (2014). Determinan Kepercayaan Individu: Studi Empiris Konteks Sistem E-Payment. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).
- Qomariah, N., & Rahayu, J. (2019). The Influence Of Quality Of Service, Facilities And Location Of Customer Satisfaction. *Prosiding Icojiss 2019*, 910-919.
- Rahmadayanti, V., Pristiyono, P., & Nasution, Z. (2022). Strategi Keputusan Pembelian dalam Belanja Online Melalui Aplikasi Shopee. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 215-223.
- Ramadhana, G. R., & Sugiyono, S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Nay Coffee Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(7).

- Ramadhani, A. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis Metode Pembayaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 111-119.
- Ratnasari, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Transportasi Perusahaan Otobus Budiman Jurusan Tasikmalaya-Cikarang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(2), 16-27.
- Renata, S. V., & Moeliono, N. N. K. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Promosi, Kepuasan Konsumen Dan Perceived Enjoyment Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gopay (studi Pada Pengguna Gopay Di Indonesia). *eProceedings of Management*, 7(3). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14127/13866>
- Reza, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3(1), 31-48.
- Ruswinda, E., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kenyamanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi Ac Penataran Jurusan Surabaya-Malang-Blitar (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran Di Stasiun Kota Baru Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(07).
- Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sekaran, Uma. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sheth, J., & Sisodia, R. (2012). *The 4 A's of marketing: Creating value for customer, company and society*. Routledge.
- Siagian, H., Tarigan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). *The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Sinaga, R. P. H., Tobing, R. P., & Larasati, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Usage Decision Konsumen Pada Shopee Tanam. *Jisma: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 509-524.

- Soromi, R. K., Pelleng, F. A., & Kalangi, J. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grabbike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 19-27.
- Sriyanto, A., & Ditto, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Publik Bus Transjakarta Koridor 13 (Ciledug–Blok M). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 7(1), 15-27. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/576>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sulistiyadi, S. A., & Oetomo, H. W. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Aksesibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/520/530>
- Sulistiyana. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kompas.
- Suryani, S., & Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183-198.
- Suryani. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sutantono, B. (2014). *Langkah Kecil Yang Kita Lakukan Menuju Transportasi Yang Berkelanjutan, Referensi Ringkas Bagi Proses Advokasi Pembangunan Transportasi*. MTI. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trisna, R. J. (2021). Pengaruh Keamanan, Keselamatan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Bus Rapid Transit (Brt) Di Kota Semarang. *AMNI Perpustakaan Semarang*. <http://repository.unimar-amni.ac.id/3990/>
- Utami, Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Semarang University, Semarang.

Widodo, S. A., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Empiris Pada KA Blora Jaya Ekspres 2 Di Daop 4 Semarang). *Journal of Management*, 1(1).

Wijaya, D. (2022). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bumi Aksara.

Yuliyana, P. I., & Susilowati, F. (2021). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Pelanggan Mirota Kampus Babarsari): Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa New Normal (Studi Kasus Pada Pelanggan Mirota Kampus Babarsari). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business And Management*, 4(1), 26-39.

Zeithmal. (2012). *Teori-teori Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

