

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Ojek Online Grab*. Disertasi. Universitas Negeri Jakarta.
- Anderson, E. W. (1998). Customer Satisfaction and Word of Mouth. *Journal of Service Research*, 1(1), 5–17.
- Andriani, N., & Nugroho, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–58.
- Annisa, A. (2021). Sejarah Revolusi Industri dari 1.0 Sampai 4.0. *Artikel Mahasiswa Sistem Telekomunikasi*, 1, 2–3.
- Arsyani, A. (2019). *Pengaruh Potongan Harga Belanja Online terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*. Disertasi. Universitas Negeri Makassar.
- Astutik, Y. (17 Maret 2017). 21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online. CNBC Indonesia, diakses pada 28 Agustus 2024, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>
- Azis, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25.
- Baistama, R. P., & Martini, E. (2021). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Transportasi Online Gojek. *eProceedings of Management*, 8(4), 3182–3193.
- Bara, F., & Prawitowati, T. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Keterikatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Grab di Surabaya. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 10(1), 33–52.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Crystrie, D. A., & Adhianur, S. (2022). Pengaruh Inovasi Ojek Menjadi Ojek Online pada Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Tasikmalaya). *Parta: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 52–59.
- Dharmmesta, B.S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi *Penalty*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 73–88.
- Farisi, S. & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Febryaningrum, V., Nuryakin, & Hidayat, R. (2024). Penggunaan Analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan PLS untuk Menguji Pengaruh Variabel Intervening terhadap Hubungan Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 258–266.
- Fowler, F. J. (2013). *Survey research methods* (5th ed.). SAGE Publications.

- Fadli, M. D., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan *E-commerce* Shopee. *eProceedings of Management*, 8(5), 1–17.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling* (Cetakan Pertama). Universitas Terbuka.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794–803.
- Hapizah, N. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Layanan Aplikasi, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Maxim Bike dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kota Padang*. Disertasi. Universitas Andalas.
- Hapsari, T. D., & Irawan, H. (2023). Pengaruh *Perceived Service Quality* dan *Perceived Price Fairness* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Grab Car. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2), 1–20.
- Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Kinerja *Driver* dan Fasilitas Aplikasi terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Gojek Kota Malang). *Profit*, 15(01), 74–83.
- Hariono, I., St Maryam, H., & Syarkawi, M. T. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Daring Kota Makassar. *Jurnal Flyover*, 3(1), 36–44.
- Ismail, N., Sudaryo, Y., & Nugroho, H. (2019). *Ojek Online: Problematika dan Peluang Pengaturannya di Indonesia*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Katadata. (31 Oktober 2022). Nilai Transaksi Ojek Online di Indonesia Diproyeksi Sebesar Rp124 Triliun pada 2022. Databoks Katadata, diakses pada 29 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/31/nilai-transaksi-ojek-online-di-indonesia-diproyeksi-sebesar-rp124-triliun-pada-2022>
- Katadata. (8 Desember 2022). Gojek vs Grab, Mana yang Konsumennya Lebih Banyak?. Databoks Katadata, diakses pada 29 Agustus 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/-/statistik/68333a1a06e1d4d/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>
- Katadata. (23 Januari 2024). 5 Aplikasi Transportasi Online dengan Rerata Unduhan Terbanyak di Indonesia (2022–2023). Databoks Katadata, diakses pada 7 September 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/23/aplikasi-transportasi-online-terbanyak-diunduh-di-ri-2023-gojek-juaranya>
- Kurniawan, D. A. (18 Desember 2023). Transportasi Online dalam Keseimbangan Supply – Demand. Pusat Studi Transportasi dan Logistik Universitas Gajah Mada, diakses pada 6 September 2024, dari <https://pustral.ugm.ac.id/transportasi-online-dalam-keseimbangan-supply-demand/>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, M. F., Nurlatifah, H., & Imam, S. (2024). Pengaruh Kegunaan yang Dirasakan, Sikap Merek dan Persepsi Harga terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepercayaan Elektronik dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi *Online Maxim* Di Dki Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Industri Fakultas Ekonomi Universitas Krisnadwipayana*, 25(2).
- Nuraminudin, M., Nurmasani, A., Kurnia, R. S., Astuti, I. A., Widianoro, M. R., & Ekastini, E. (2016). Analisis Fitur *Website* dan Aplikasi Manajemen Transaksi dan Member Sistalisius. *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*, 17(1), 33–43.
- Oktandi, N. F., & Ardiansyah, I. (2023). Literature Review Revolusi Industri 4.0 pada Bisnis: Dalam Buku Revolusi Industri 4.0. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 355–360.
- Pakpahan, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Cipta Rancana Media Pakpahan.
- Pancarini, S. E., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3007–3017.
- Pramana, A. C., Yap, N., & Prasaja, M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Menggunakan Transportasi *Online* pada Mahasiswa Universitas Kadiri. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 217–223.
- Rahman, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga pada Go-Jek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Disertasi. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.
- Ramadhanti, N. A., & Sulistiono, S. (2022). Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Pengguna Jasa Transportasi *Online GOJEK* Di Kota Bogor. *JIMKES*, 10(1), 129–140.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa *Online Maxim*. *Jurnal Ecogen*, 5(1), 25–36.
- Sabita, S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing: Harga, Iklan, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Jakarta Di Era Revolusi Industri 4.0*. Disertasi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2019). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. In *Handbook of Market Research*. Springer.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Publishing Group.

- Simanjuntak, M. B., Lustyantje, N., & Iskandar, I. (2022). Pembelajaran Berbasis Telegram Group dan Microsoft Team di Kelas Bahasa Inggris (Penilaian berbasis Persepsi Siswa). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11114–11119.
- Situmorang, S. H., Tamba, E. A., & Harahap, M. R. (2010). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USUpres. Penerbit Salemba Empat
- Solusi Bisnis Indonesia. (30 Maret 2017). Kilas Balik Perkembangan Ojek Online di Indonesia Sepanjang 2015. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, diakses pada 7 September 2024, dari <http://stie-sbi.ac.id/?p=922&lang=id>
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tansatrinsa, Y. A., Data, A., & Saragih, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Maxim Bike pada Mahasiswa FKIP Universitas Nusa Cendana. *Journal Economic Education, Business and Accounting*, 3(2), 264–280.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi* (A. Diana (ed.); 1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, R. (2022). Analisis Pengaruh Fitur Aplikasi dan Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen: Studi pada Pengguna Ojek Online di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Digitalisasi*, 6(2), 112–125.
- Widiyatmoko, F. (2018). Dinamika Kebijakan Transportasi Online. *Journal of Urban Sociology*, 1(2), 55–68.
- Widyaningrum, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Manga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(20), 1–22.
- Wijaya, D., Supeni, R. E., & Rozzaid, Y. (2022). Citra Merek, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 72–82.
- Yonantan, A. Z. (11 Juli 2023) Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online?. GoodStats, diakses pada 7 September 2024, dari <https://goodstats.id/article/mengapa-orang-indonesia-memilih-transportasi-online-v7ZXx>
- Yudhanto, B., Waloejo, H. D., & Farida, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susuku Café Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 142–150.