

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. F., Sutopo, & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya (Studi Kasus Konsumen Gofood Gojek Dikawasan Rungkut Surabaya). *UBHARA Management Journal*, 1, 293–300.
- Adnyana, D. G. A., & Suprati, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Dikota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 11, 6041–6069. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p9>
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring*.
- Ayu, N. F., Agata, Y., Satriani, M., Asnaini, A., & Arisandi, D. (2022). Kepuasan Belanja Fashion Online dan Offline (Studi pada Muslimah Kecamatan Selebar Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 15. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.446>
- Bindas, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga (Price), Tempat (Place) Dan Promosi (Promotion) Terhadap Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction) Pengguna Layanan Jasa Cuci Sepeda Motor KYTA Tembilihan. *JUTI_UNISI (Jurnal Teknik Industri UNISI)*, 4(2), 36–44.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program Ibm Spss 25*.
- Iftibar, R. (2021). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan GOJEK Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya Marsudi Lestraningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Irawan, H. (2015). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan (Ketiga)*. Jakarta: Gramedia.
- Istiqo M, C., & Poernomo, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Faktor Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel The Sun Sidoarjo. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 8, 73–85.
- Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNE Di Besuki. Dalam *Jurnal Ekonomi: Vol. XVIII (Issue 1)*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas*. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86–102. <https://doi.org/10.35908/jeg.v4i2.757>
- Kusuma, W., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi GO-JEK Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 80–85. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.955>
- Makkawaru, M., & Bashar, K. (2021). Steernaps Sebagai Solusi Praktis Bagi Ojek Online Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal PENA: Penelitian dan Penalaran*, 8(1), 44-55.
- Maulida, L. (2022, Juni 13). *Daftar Aplikasi yang Paling Sering Dipakai Pengguna Internet di Indonesia*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/13/12030087/daftar-aplikasi-yang-paling-sering-dipakai-pengguna-internet-di-indonesia?page=all>
- Muhani, M., & Nurani, T. A. (2022). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Starbucks: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi dan Kepercayaan Pelanggan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(1), 84-98.
- Muis, A., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Transportasi GO-JEK Di Semarang*.
- Musdalifah, & Noor, M. F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (GO-JEK)*.
- Nadhira, M., & Wulandari, C. D. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI: STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN MCDONALD'S. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 2(1), 89-105.

- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1*, 142–155. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8247>
- Ngatmo, & Bodroastuti, T. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang*.
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- Nisrina, M. A., Ramdan, M. A., & Z, M. F. (2019). Kekuatan Nilai Emosional Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 537–549.
- Noor, Z. Z. (2016). *Manajemen Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta. Deepublish
- Prasetya, R. A., & Patrikha, F. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Go-Jek dan Promosi Go-Jek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Go-Jek di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Priadi, A., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Sampurna Laundry. *Jurnal Semarak*, 4(3), 30–44.
- Prihatin, Y. T., Mursito, B., & Wijayanti, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD Toko Pelangi Surakarta*. <http://www.journal.uniba.ac.id/index.php/jmbi>
- Razak, Mashur. 2016. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Ritonga, H. M., Pane, D. N., & Rahmah, C. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 2, 30–44.
- Saleh, M., Arif, M., & Aminuddin, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pengguna Layanan Jasa Go-Ride di Kota Makassar. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 188–193. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4356>
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar* (Vol. 1, Issue 1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelilitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

Suriyanto, K. N., & Istriani, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Cardi Yogyakarta. *Posiding SENDI*, 345–358.

Tjiptono, (2019). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi

Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Hock, R. L. T., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). *The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721.

<https://www.gojek.com/id-id/products/> (Diakses pada 7 September 2022)

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220907115319-37-369999/resmi-kemenhub-naikkan-tarif-ojek-online> (Diakses pada 7 September 2022)

<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/13/12030087/daftar-aplikasi-yang-paling-sering-dipakai-pengguna-internet-di-indonesia?page=all> (Diakses pada 28 Oktober 2022)

