

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S. (2017). "Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen Dan Citra Perusahaan Dengan Loyalitas Konsumen di PT. Arunee Inti Selaras Tour And Travel Di Kota Batam. Skripsi". Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, UIN Sunan Ampel Surabaya
- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Beritagar.id. (19 September 2019). "Gojek dan Grab Saling Klaim Kuasai Pasar", dari <https://beritagar.id/artikel/berita/gojek-dan-grab-saling-klaim-kuasai-pasar>, diakses pada 15 September 2020
- Cnbcindonesia.com. (17 Maret 2020). "21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online", dari <https://www.cnbciindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>, diakses pada 15 September 2020
- Fachmy, J., Said, S. dan Mapparenta. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *Jurnal PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 2, No. 3
- Fais, F.I., Kurniawan, I.S., dan Welsa, H. (2019), Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Driver Online Grab Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol. 3, No. 1, Tahun 2019
- Gennie, T.A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Di Hotel Travelodge Batam. *Jurnal JOM FISIP*, Vol. 6, No. 1, hlm. 1-13
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ilham. (20 September 2020). "Pengertian Jasa Menurut Para Ahli, Karakteristik, Klasifikasi & Jenis Jasa", dari <https://www.materi.carageo.com/pengertian-jasa-menurut-para-ahli/>. diakses pada 4 Oktober 2020
- Investopedia.com. (26 Juli 2020). "Perceived Value", dari <https://www.investopedia.com/terms/p/perceived-value.asp>, pada 15 September 2020.
- Jiang, Y., & Wang, C.L. (2006). The impact of affect on service quality and satisfaction: the moderation of service contexts. *Journal of Services Marketing*, 20/4, hlm. 211–218.

- Katadata.co.id. (5 Oktober 2019). “Berapa Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi Online Indonesia?”, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/05/berapa-pangsa-pasar-jasa-layanan-transportasi-online-indonesia>, diakses pada 15 September 2020
- Kharisma, F.N. (2018). “Analisis Pengaruh Service Quality dan Perceived Value terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Yogyakarta”, SKRIPSI, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. USA: Pearson
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management: 15th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Kumparan.com. (2 Agustus 2019). “Survei KKI: Masyarakat Lebih Pilih Pakai Gojek daripada Grab”, dari <https://kumparan.com/kumparanbisnis/survei-kki-masyarakat-lebih-pilih-pakai-gojek-daripada-grab-1raMrFhP1GL/full>, diakses pada 18 September 2020
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mudie, P. & Pirrie, A. (2006). *Service Marketing Management: 3th Edition*. USA: Elsevier
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Transportasi* (edisi kedua). Jakarta: Ghalia Indonesia
- Polyakova, O. & Mirza, M. (2015). Perceived Service Quality Models: Are They Still Relevant?. *The Marketing Review*, Vol. 15, No. 1, Mei 2015
- Pratiwi, A.A.M. & Kesumadewi, P.D. (2017). Keberadaan Transportasi Online Dalam Industri Pariwisata Bali. *Prosiding Seminar Nasional Sains dan teknologi* (Senastek). Denpasar, Bali, 2017
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. USA: Wiley
- Shintaputri, I. & Wuisan, A.J. (2017). The Impact of Perceived Price towards Perceived Value Through the Mediation of Perceived Quality: A Case of Brand X Smartphone in Indonesian Middle-Class Customers. *Jurnal iBuss*, Vol. 5, No. 1, (2017) hlm. 29-42
- Soromi, S.K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu

- Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 1, hlm. 19-27
- Subagio, H. & Saputra, R. (2012). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction Dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7, No. 2, hlm. 42-52
- Sulistiyorini, T.E. (2014). “Pengaruh Strategi Perluasan Merek (Brand Extension) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk-Produk PT. Unilever Indonesia Tbk”. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, UIN Sunan Ampel Surabaya
- Sudjianto, E.Y. & Japarianto, E. (2017). Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening Di Hotel Kartika Graha Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 11, No. 2, Oktober 2017
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi ke-3)*. Bandung: Alfabeta
- Wuryanti, L. & Ferani. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Go-Jek Dan Grab Di SMK Trisakti Bandar Lampung). *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 7, No. 2, hlm. 92-99

