

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warung Kopi Mini Coffe di Banda Aceh).
- Anggraini, Budiarti, F., & Anindhyta. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arjil, R. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan GoRide Jakarta.
- Asnawi, Nur, Masyhuri, Rahmawati, & Indah. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*.
- Asra, A., Irawan, P. B., & Purwoto, A. (2016). *Metode Penelitian Survei*. In Media.
- Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Pelanggan Transportasi Go-Jek di Surakarta).
- Bhagaskoro, K. W. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Terrace Café Yogyakarta. 110265, 110493.
- BR.Sitepu, D. F. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Go-Jek online (Study pada Mahasiswa Manajemen pagi Stambuk 2016 Universitas Pembangunan Panca Budi Medan).
- Cardia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Endra, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Day Kobelco CMI Cabanf Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Service, Quality & satisfaction* (Andi (ed.)).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal and Levy. (2016). *Marketing* (5e ed.). McGraw-Hill International Education.
- Griffin. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Gultom, M., & Ngatno. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen Samsung di Semarang. 1–10.
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.).

- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Hasan, A. (2014). Marketing dan kasus-kasus pilihan.
- Herliyansyah, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. (Studi Pada Pengguna Go-Jek di Sleman).
- Hermawan, S. (2018). Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang. Doctor Dissertation, Faculty Os Social and Political Sciences, 1–45.
- Ibrahim. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Insani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *JIMEA Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 112–122.
- Irawati, N. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. (Studi Kasus Kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)
- Irda, Rosha, Z., & Titipan, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.
- Irnantha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat.
- Jogiyanto. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (10th ed.). BPF.
- Kotler. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Lubiana, M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merek. In *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* (Vol. 22, Issue 1). <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220102>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Salemba Empat.
- Mahendra Kusuma, A.G., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 3(2), 1835. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i07.p03>
- Miqdad, D. M. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Go-Ride Di Kota Madya Malang). *JlAGABI (Jurnal Ilmu)* 77–86. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6812>

- Paham Ginting, S. H. S. (2018). Filsafat Ilmu Dan Metode Ilmiah. In Filsafat Indonesia (Vol. 4, Issue 3).
- Perdana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Go-Ride di Kota Palembang.
- Prasentia, S. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Jilbab pada Aktivitas Car Free Day di Jalan Suromenggolo Ponorogo.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Prima, E. (2022). 10 Tahun Google Play: WhatsApp dan Gojek Jadi Aplikasi Terpopuler di Indonesia. <https://tekno.tempo.co/read/1618843/10-tahun-google-play-whatsapp-dan-gojek-jadi-aplikasi-terpopuler-di-indonesia>
- Putra, M., & Ekawati, N. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepeda Motor Vespa. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 255365.
- Rasyid. (2020). Penerapan Aplikasi Online pada Sistem Transportasi Umum Massal untuk Meningkatkan Minat Masyarakat dalam Upaya Mengurangi Kemacetan. *Sainteks*, 15(2), 103–117.
- Romadlon, N. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Presepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan GoRide Gojek Kota Malang). 4(1), 1–23.
- Septiani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Syntax Fusion*, 1(10), 627–638. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i10.87>
- Setiyanto, D. A. (2016). Sebuah catatan sosial tentang ilmu, islam, dan Indonesia. Deepublish.
- Siregar, N., & Hakim, F. (2017). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2), 87–96.
- Siregar, S. (2015). *Sratitik Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Kencana, Rajawali Pers.
- Stanton, W. J. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi* (F. SIGIT (ed.)). Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kantitatif, Kualitatif, Dan R&G*. Alfabeta.
- Thungasal, C. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1), 287133.
- Tiong, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Primagum Sejati Di Makassar. *Jurnal STIEAMKOP*, Vol.1(No.2), 176–204.
- Tjipto, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.).

- Tjipto, F. (2016). Pemasaran Esensi & Aplikasi. CV ANDI.
- Tjiptono, F. (2018). Manajemen Jasa. Andi.
- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi*, 1–16.
- Widya, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa PT. Tiara Al-Fikri Tour and Travel.
- Wilyan, W. A., Said, S., & Najmudin. (2022). Pengaruh Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Safi Skincare Pada Mahasiswa FEB Untirta. *Mdp Student Conference (Msc) 2022*, 239–244.
- Sumirat, P., Suhardi, Y., & Soetopo, M. P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, 25(2), 1–22. <https://doi.org/10.36406/jemi.v25i2.89>

