

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. A., Wijaya, R. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 91–103. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Angelina, S. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use , Brand Image , Word of Mouth , Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa serta Dampaknya terhadap Loyalitas ( Survey Pada Pelanggan Transportasi Online Maxim di Kota Pontianak ). *Manajemen*, 4(1), 12–20.
- Basusena, Y. T. A., & Astiti, D. P. (2020). Word Of Mouth: Dahulu, Kini Dan Nanti. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 196. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9855>
- Bayu, D. J. (2020). Grab dan Gojek, Layanan Transportasi Online Paling Populer di Masyarakat. *Databoks*, November, 1. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-populer-di-masyarakat>
- Ernawati, N. (2021). Stimulus Iklan, Positive Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Belanja Impulsif: Dampak Mediasi Motif Hedonis Pembelanja Online. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 346–360. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.188>
- Hatta, I. H., & Setiarini, S. (2018). Pengaruh Word Of Mouth dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 32–40. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1728>
- Ihsan, M., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ojek Online Go-Ride dalam Aplikasi Go-Jek melalui Kepercayaan Konsumen di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(1), 170. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.85>
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta-Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(11), 995–1007. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.11.7>
- Layanan, P. K., Citra, H. D. A. N., Latuni, F. Y., Gampu, S., & Imato, M. Y. (2022). *MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRANSPORTASI ONLINE ( STUDI KASUS PADA PELANGGAN GRAB BIKE DI KOTA MANADO )*. 3(2).
- Marlizar, M., Agustina, W., Bachtiar, F., & Mukhsinuddin, M. (2021). Effect of Service Quality and Use of E-Service Technology on Customer Loyalty: A Case Study of Maxim in Aceh. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 8002–8016.
- Muriati 1, R. 2. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Niat Membeli Kembali dengan Keputusan Pembelian sebagai Mediasi Dalam Jurusan Pendidikan Ekonomi , Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Padang. 5(3), 387–399.
- NUZLEHA. (n.d.). *Jurnal juni 2018.pdf*.
- Pambudi, A. R. (2019). Analisa Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6, 1–10.

- Pelealu, D. R., Widya, U., & Pontianak, D. (2021). *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 10, Nomor 1, Juni 2021*. 10(2016), 141–156.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.  
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Ridwan, A., & Listiani, E. (2020). Hubungan Brand Image dengan Loyalitas Pelanggan di Kota Bandung. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(1), 92–97.  
<https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/20181>
- Rusandy, D. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin Trenggalek. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.35130/jrimk.v2i1.25>
- Sipayung, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab Di Kota Batam Skripsi*.