

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Prasetyo Utomo, & Wahyu Arkhamu Razak. (2022). Analisa Kualitas Informasi, Kualitas Teknikal & Amp; Fungsional, Kualitas Keamanan, Kemudahan Penggunaan Mobile Aplikasi Gojek Terhadap Kegunaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 39–54. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.610>
- Ahdiat, adi. (2022, December 8). Gojek Vs Grab Mana Yang Konsumennya Lebih Banyak?
- Andono, B., & Kusumawati, S. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Moda Transportasi Di Bandar Udara Internasional Yogyakarta Di Era New Normal Pandemi Covid-19*. 76.
- Antoni, A., Purwati, A. A., & Sandria, W. (2021). Analisa Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Banking PT Bank Mega Tbk Dengan Pendekatan Webqual. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 415–427. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1773>
- Asrial, A. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Malatunrung Rezkindo*. 4–5.
- Azzahrah Putri Haykal, Ika Febrilia, & Terrylina Arvinta Monoarfa. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 17–35. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.02>
- B, I., Widiawati, A., & Latief, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kopi Ilbs Di Gowa. *Nobel Management Review*, 4(2), 337–347. <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i2.4061>
- Balaka, Muh. Y. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Bambang Widjajanta, Ferany Nur Amalia Andinii, & Puspo Dewi Dirgantari. (2023). *Journal of Business Management Education (JBME)*. 65.
- Cang, Y., & Wang, D. (2021). A Comparative Study On The Online Shopping Willingness Of Fresh Agricultural Products Between Experienced Consumers And Potential Consumers. *Sustainable Computing: Informatics and Systems*, 30, 100493. <https://doi.org/10.1016/j.suscom.2020.100493>
- Dian Mawarsari, V. (2023). *Analisis Korelasi Product Momen Pearson*. 11.
- Farhana, A. (2021). *Applying Social Exchange Theory to Value Co-Creation Frame: Does it Leads to Customer Loyalty?* 194.
- Fitri, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Batam*. 1.
- Gojek. (2020, October 16). Gojek Batam: Satu Aplikasi Untuk Beragam Solusi.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- I, G. J., Ni Made Nopita Wati, Erna, H., Wiwin, W., Mira, P., Nugrahini, S. W., ... M, C. B. U. (2019). *The Role Of Customer Service Through Customer*

*Relationship Management (CRM) To Increase Customer Loyalty And Good Image.*

- Irvansyah, M. (2019). *Gojek Dan Masyarakat Berisiko*.
- Karistawati, S., Nurhayati, R., & Rohmat, S. (2020). Pelayanan Jasa Sopir Gojek Online Kepada Konsumen Di Gojek Online Cabang Purwakarta Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 22–31. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.103>
- Liputan6.com. (2022, June 16). Hasil Survei: Melenial Lebih Banyak Gunakan Grab Dibanding Gojek.
- Illah, N. A., Sularso, A. R., & Irawan, B. (2019). *Pengaruh Citra Destinasi dan E-WoM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang*. 165.
- Lucia, H. R., Kawatak, Y. S., & Ogi, J. W. I. (2022). *Persepsi Konsumen Terhadap Promosikopi Redo Di Instagram*. 94.
- Muthia Agnisa Halim, L. F. S. W. N. (2023). *Persepsi Konsumen Terkait Etika, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Di Sektor Retail Online*.
- Pricillia V. Lotulung, Silvy L. Mandey, & Debry Ch. A. Lintong. (2023). *Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea*. 1.
- Purwasi, R. (2023). *Pengaruh Persepsi Konsumen, Varian Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Mr. Diy Cabang Km 12 Palembang*. 2.
- Putriyatni, I., & Khoiri, M. (2023). *Pengaruh Pengalaman, Kepuasan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Batam*. 179.
- Rahman, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Studi Kasus Pada Pt. Aplikasi Karya Anak Bangsa Di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 62. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>
- Ronauli Sitanggang, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online Di Kota Batam*. 45.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&d / sugiyono* (Cetakan Ke-3, 2021). Bandung.
- Thung, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Go-Jek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. 74.
- Tim riset, C. I. (2022, May 18). Serius Deh, Sulit Sepertinya Hidup Tanpa Gojek.
- Vicramaditya, P. B. (2021a). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>
- Vicramaditya, P. B. (2021b). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>

- Wibowo, E. W. (2023). *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Traveloka*. 81.
- Wintaria, A., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam. *ECo-Bus*, 133.
- Yeridha, P. A. R., Kuleh, Y., & Sampeliling, A. (2022). *Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Ojek Online Go-jek Di Samarinda*. 76.
- Yurindera, N. (2021). *Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi*. 351.