

DAFTAR PUSTAKA

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Jasa (Vol.53,Issue9). Deepublish.
- Firmansyah, M. A. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Deepublish
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. 2016. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. Ilmu Dan Riset Manajemen, 5 (6),1–18.
- Harumni,S.D.2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. Analitika, 8(2), 115–128.
- Mutmainnah.2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Jasa, 5(2), 201 – 216.
- Nainggolan, N.P. 2018. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Toursand Travel Di Kota Batam. Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam, 6(1), 231197.
- Rafiah, K. K.2019. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. ALTijarah, 5(1), 46 – 56.
- Suwarsito, & Aliya, S. 2020. Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmiah Bina Manajemen, 3(1), 27–35.
- Masyhuri Machfudz, M. Afif F.R, Siti Saroh. 2019. Pengaruh Citra Merek Kepercayaan, danKomitmen TerhadapLoyalitas PelangganAplikasi Transportasi Online Gojek di KotaMalang.Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 4.No. 2.
- Nafisa Choirul Mar’ati. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi,Universitas Negeri Surabaya
- Nurbani , Aep. Heru Mulyanto. Mursida Kusuma Wardani, Meli Andriyani. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen. Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 16

- Statista, 2019. Inilah Potensi Pendapatan Transportasi Online dari Masa ke Masa.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/19/inilah-potensi-pendapatan-transportasi-online-dari-masa-ke-masa>.
- Warta Kota, 2019. Transportasi online terus tambah, Berikut profil pesaing Gojek dan Grab.
<https://wartakota.tribunnews.com/2019/08/30/transportasi-online-terus-tambah-berikut-profil-pesaing-go-jek-dan-grab?page=4>.
- Maxim, 2020. Selama 1 tahun , pertumbuhan pengguna Maxim naik hingga 31 kali.
<https://id.taxiMaxim.com/az/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-Maxim-naik-hingga-31-kali/> diakses tanggal 21/01/2023.
- Agoes, S. & Trisnawati, E., 2013. Akuntansi Perpajakan. 3 ed. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Ekasari, R., 2020. Model Efektivitas Dana Desa untuk Menilai Kinerja Desa melalui Pemberdayaan Ekonomi. pertama ed. Malang: AE Publishing.
- Gaspersz, V., 2008. Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis. Revisi Perluasan ed. Tangerang: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Martani, D. et al., 2016. Akuntansi Keuangan Menengah. 2 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyati, S. & Kisa, R., 2019. Analisis Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Intern Persediaan (Studi Kasus PT. Gelflex Indonesia). *Measurement*, 13(2), pp. 11-18.
- Nazir, M., 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ranatarisza, M. M. & Noor, M. A., 2013. Sistem Informasi Akuntansi pada Aplikasi Administrasi Bisnis. 1 ed. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. 1 ed. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, Tony. 2018. Manajemen Kualitas Jasa Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indek.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & W, M. M. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di hotel amanda hills bandung. *Journal of Management*, 04(04).

- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. *Jurnal Ecodemica*, 1(September), 233–240. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Wulandari, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(September), 1–18.