

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). *JURNAL VISIONER & STRATEGIS. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe*, 3.
- Alaan, Y. (2016). *Jurnal Manajemen. PENGARUH SERVICE QUALITY (TANGIBLE, EMPATHY, RELIABILITY, RESPONSIVENESS DAN ASSURANCE) TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION: PENELITIAN PADA HOTEL SERELA BANDUNG*, 4.
- Amanda, R. P., & Oktafani, F. (2019). *Jurnal Administrasi Bisnis. PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION PROCESS SATE TAICHAN GORENG PADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG*, 5.
- Amini, P. F. (2016). *Statistical Analysis of Consumer Perceived Value Deviation. International Conference on Ramp-up Management.*, 1-6.
- Anindita, K. (2018). *7 Tips Menjaga Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: <https://www.kompasiana.com/kanya/5b1646f4f1334462554f2ba2/7-tips-menjaga-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan?page=all>.
- Daryanto, & Ismanto, S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.
- Efendi, M. F., Rachma, N., & Rahmat, A. (2019). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen. PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, PERCEIVED QUALITY DAN PRICE TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus pada pengguna Oli Castrol di Bengkel Castrol Active Sawojajar Kota Malang)*, 44.
- Firmansyah, A. (2019). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Qiara Media.

- Firmansyah, D. F. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2002). Loyalitas. In R. Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen , 2010* (p. 128). Bandung: Alfabeta.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan*. Jakarta: Erlangga.
- H, A. N., N, A., & N, B. H. (2015). *Procedia Economics and Finance*, 35, . *Perceived quality and emotional value that influence consumer's purchase intention towards American and local products*, 639 - 643.
- Hardito, L., & Martini, E. (2019). *Jurnal Manajemen Bisnis. PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MOBILE APPS LAYANAN PENYEDIA INFORMASI ZOMATO* , 3.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. REFIKA ADITAMA.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Tekonlogi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu : dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kartajaya, H. (2003). *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kevin, A. (2018). *Mengenal Penguasa Transportasi Online di Berbagai Negara*. Jakarta: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180217144830-4-4629/mengenal-penguasa-transportasi-online-di-berbagai-negara>.
- Khizindar, T. M.-A. (2015). AN EMPIRICAL STUDY OF FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY OF TELECOMMUNICATION

INDUSTRY IN THE KINGDOM OF SAUDI ARABIA.
TELECOMMUNICATION INDUSTRY IN THE KINGDOM OF SAUDI ARABIA, 98-115.

Kopp, C. (2019). *Marketing Essential : Perceived Value*. New York:
<https://www.investopedia.com/terms/p/perceived-value.asp>.

Kotler. (2019). Kepuasan Pelanggan. *ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGANDALAM MEMBENTUK MINAT PEMBELIAN ULANG PADA PELANGGAN SHOPEE*, 5.

Kotler, P. &. (2018). *7th Edition: Principles of Marketing*. . Harlow: Pearson Education.

Kotler, P. a. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Inc: Pearson Education.

Kotler, P. a. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. &. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Lupiyoadi, R. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Nasrullah, A. (2019). *Jadi Decacorn, Ini Catatan Keberhasilan Grab*. Jakarta:
<https://finance.detik.com/infografis/d-4464760/jadi-decacorn-ini-catatan-keberhasilan-grab>.

Nuridin. (2018). Effect of service quality and quality of products to customer loyalty with customer satisfaction. *As Intervening Variable in PT. Nano Coating Indonesia. International Journal of Business and Applied Social Science*, 4(1), , 19-31.

- Oliver. (2009). Customer Loyalty. In P. & Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1* (p. 134). Jakarta: Erlangga.
- Peterson, Y. &. (2016). Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty. *Yang & Peterson, Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: "The Role of Switching Costs" , Psychological and Marketing, Vol. 21 No.10, 799-822.*
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. New York: NY: Pearson.
- Riadi, M. (2018). *Tujuan, Karakteristik, Jenis dan Strategi Pemasaran Jasa*. Jakarta: <https://www.kajianpustaka.com/2018/11/tujuan-karakteristik-jenis-dan-strategi-pemasaran-jasa.html>.
- Rico, Tecoalu, M., Wahyoedi, S., & Purnama, E. D. (2019). *International Journal. The Effects of Trust, Service Quality, and Perceived Value on Satisfaction and Their Impact on Loyalty, 325.*
- Rusydi, M. (2017). *Cusomer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Salim, F. F. (2014). *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 2 . Pengaruh Brand Image dan Perceived Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya, 1-8.*
- Sembiring, I. J. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)*. Malang: Fakultas Ilmu Administasi Universitas Brawijaya.
- Setyawati, R. F. (2018). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development. PERILAKU DAN KONFLIK SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IKLAN BARU DI TELEVISI, 2.*

- Su, J. a. (2018). *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1),. *Factors affecting college students' brand loyalty toward fast fashion: A consumer-based brand equity approach*, 90-107.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2015). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru .
- Tiara, N. G. (2016). *Marketing Management. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Nilai Pelanggan Javana Bistro Bandung*, 17.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, C. (2019). *Inilah 4 Perusahaan Taksi Online Terbesar di Dunia, Grab dan Gojek Termasuk?* Jakarta: <https://www.moneysmart.id/taksi-online-terbesar-di-dunia/>.
- Winata, L. H. (2015). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.4 No.2 . PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER OYALTY DAN INTENTION TO SWITCH NASABAH BCA CABANG DARMO DI SURABAYA*, 14.
- Yuliansyah, A., & Handoko, T. D. (2019). *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol.2. *ENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION J-KLIN BEAUTY JEMBER*, 4.