

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiya Asy Syifa, A., Malini, H., Bagus Purmono, B., & Pratama Marumpe, D. (2024). The influence of brand image and service features on e-wallet reuse intention (study of gopay e-wallet users). *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 342–353. <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/jmas.v7i1.376>
- Aditiya, I. M. (2023). *Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/layanan-ojek-online-pilihan-masyarakat-indonesia-jbPbU>
- Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i2.718>
- Armahadyani. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pa'Mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(2). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Basuki, T. F. H. (2024). *Pengaruh AI Chatbot Terhadap Customer Trust (Studi Kasus Pada Chatbot Customer Service E-Commerce Tokopedia)*. Universitas Telkom.
- Damar, A. M. (2017). *Mayoritas Konsumen Go-Jek Wanita Muda Berpendidikan Tinggi*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/tekno/read/2960466/mayoritas-konsumen-go-jek-wanita-muda-berpendidikan-tinggi>
- Dapahari, B. V. (2019). Kualitas Pelayanan Badan Pertahanan Nasional Kota Bitung Dalam Pembuatan Sertifikat Tanah. *Jurnal Politico*, 8(3).
- Dolorosan, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengalaman Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia* [Universitas Kristen Petra]. <https://perpus.petra.ac.id/catalog/digital/preview?id=2108329>
- Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M. M., Noviansyah Rizal, S.E., M.M., Ak, CA, CFA., & Riza Bahtiar Sulistyan, S.E., M. M. (2021). *Metode Penelitian*

Kuantitatif (3rd edition). WIDYA GAMA PRESS STIE WIDYA GAMA LUMAJANG.

- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(1). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1708>
- Dobni, D., & Zinkhan, G. M. (1990). In search of brand image: A foundation analysis. *Advances in Consumer Research*, 17(1), 110–119
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopee di Kota Malang Saat Pandemi Covid-. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung [Universitas Telkom]. In *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)* (Vol. 6, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31104/jsab.v6i1.271>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris (Edisi 3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek. (2023). *Penetapan harga dinamis untuk transportasi*. Gojek.Com. <https://www.gojek.com/id-id/help/gocar/penetapan-harga-dinamis-untuk-transportasi>
- Gojek. (2025). *Gojek dan Transportasi Umum di Jakarta: Hubungan Simbiotik*. Gojek Blog. <https://www.gojek.com/blog/gojek/integrasi-transportasi-umum>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Batam). *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52.

<https://www.neliti.com/id/publications/286302/analisis-pengaruh-variasi-produk-dan-labelisasi-halal-terhadap-kepuasan-konsumen>

- Huda, N. (2022). Mengupas Industri Transportasi dan Logistik Online di Indonesia Pasca Pandemi. In *Institute for Development of Economics & Finance (INDEF)*. <https://indef.or.id/wp-content/uploads/2023/03/Siaran-Pers-Mengupas-Industri-Transportasi-dan-Logistik-Online-di-Indonesia-Pasca-Pandemi.pdf>
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st edition). Unitomo Press.
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM) THIRD EDITION* (C. E. T. L. P. Acquisitions Editor: Leah Fargotstein, Editorial Assistant: Kenzie Offley, Production Editors: Natasha Tiwari, Gagan Mahindra & P. E. Brink, Eds.; 3rd edition). SAGE.
- JR., J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan Kfc Cabang Kakialy Di Ambon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1118. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13507>
- Karyoto, E. V. A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Gojek. *Teknika*, 13(1), 109–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.34148/teknika.v13i1.761>
- Khoirunnisa, D., & Riva'i, A. R. (2023). Digital marketing, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 5(1), 202-215.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Dasar-dasar pemasaran* (Edisi ke-12, A. Benyamin, Terj.). Penerbit Erlangga. (Karya asli diterbitkan 2008)
- Lua, K. K. D., & Rastini, N. M. (2024). Peran kepercayaan memediasi pengaruh customer experience terhadap niat menggunakan kembali jasa GrabFood:

- (Studi pada pengguna jasa GrabFood di Kabupaten Badung). Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 8(11), 11-20.
- Machrus, H., & Purwono, U. (2010). Pengukuran Perilaku berdasarkan Theory of Planned Behaviour. *Insan Media Psikologi*, 12(01), 64–72.
http://journal.unair.ac.id/INSAN@table_of_content_8_volume12_nomor1.html
- Maslim, A. S. W., & Andayani, S. (2023). Penerapan Metode Theory of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online. *JuSiTik : Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1).
<https://doi.org/10.32524/jusitik.v7i1.1038>
- Mulyati, S., Yulianti Yulianti, & Saifudin, A. (2017). Penerapan Resampling dan Adaboost untuk Penanganan Masalah Ketidakseimbangan Kelas Berbasis Naive Bayes pada Prediksi Churn Pelanggan. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 2(4). <https://www.neliti.com/id/publications/261256/penerapan-resampling-dan-adaboost-untuk-penanganan-masalah-ketidakseimbangan-kel>
- Nugraha, S. S. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Menggunakan GO-JEK (Studi Pada GO-JEK di Kota Semarang). *Repository FEB Universitas Diponegoro*.
<https://repofeb.undip.ac.id/11162/>
- Prakoso, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business and Management*, 3.
<https://ejurnal.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/623/356>
- Pratama, B. N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro 1). In *Skripsi*. Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Qotrun A. (n.d.). *Kajian Teori: Pengertian, Contoh & Cara Membuat*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/literasi/kajian-teori/#1_Labovitz_Hagedorn
- Rahmani, M. S., Al-Hussaini, A. I. S., & Ibrahim, A. A. (2021). *Trust Based Security Model For Cloud Systems In An Organization*. 3(2).
- Rianto, Y. P. A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Merek Anyway Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Vol.7(1), 119–129. <https://journal.student.uny.ac.id/ekonomi/article/view/8891/10201>
- Royandi, & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi Media Sosial, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Xes Shoes Indonesia. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i4.7895>
- Ryananda, M. H., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(2). <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11099>
- Salam, M. A. (2018). *Transformasi Ojek Konvensional ke Ojek Online dalam Perspektif Sosial Ekonomi* [Universita Islam Indonesia, Yogyakarta]. [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14184/Skripsi Revisi Abdus.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14184/Skripsi_Revisi_Abdus.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Salsabila, K. Q., & Sari, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>
- Santika, E. F. (2024). *Aplikasi Transportasi Online Terbanyak Diunduh di RI 2023, Gojek Juaranya*. Aplikasi Transportasi Online Terbanyak Diunduh Di RI 2023, Gojek Juaranya. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4e49e3af7a225fe/aplikasi-transportasi-online-terbanyak-diunduh-di-ri-2023-gojek-juaranya>
- Santika, K. J., & Mandala, K. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen*,

8(10), 6139–6158. <https://media.neliti.com/media/publications/395568-none-916df23c.pdf>

Saraswathi, M. K., & Wardana, I. M. (2021). Pengaruh Pengalaman terhadap Niat Menggunakan Kembali dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Grabfood di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(11), 1096–1115. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i11.p03>

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Pearson Education. / Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Perilaku konsumen (Edisi ke-10, terj. R. E. Purwanto). Jakarta: Indeks.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods For Business. In *A John Wiley and Sons, Ltd, Publication* (5th ed.).

Setyowati, E., & Wiyadi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2). <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>

Shalsabilla. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Kartasuara* [UIN Raden Mas Said Surakarta]. http://eprints.iain-surakarta.ac.id/5869/1/SKRIPSI_SHALSABILLA_19211268.pdf

Silviah, R. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran : Peran Produk , Harga , dan Promosi dalam Meningkatkan Daya Saing. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6(4), 261–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jimt.v6i4.5046>

Sugiyono, Prof. Dr. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.), *Penerbit Alfabeta* (2nd edition). ALFABETA.

Sulistiyowati, F. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kapabilitas Dinamik Melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Sektor Makanan di UMKM Kelurahan Kranji)* [STEI Indonesia (STEI) Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/8236/>

- Syahputra, F. R. (2022). *Pengaruh Harga Terhadap Minat Menggunakan Ulang Grab Bike Yang Di Mediasi Kualitas Pelayanan Pada Generasi Z Kota Jambi* [Universitas Jambi]. <https://repository.unja.ac.id/57381/>
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Udin Lestiyono. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara [Universitas Negeri Semarang]. In *UNNES Repository*. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/37919>
- Umah, F. (2022). *Analisis Pengaruh Digital Marketing dan Penggunaan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Tata Rias Pengantin “Muslim Wedding Gallery”)*. UIN Walisongo Semarang.
- Utami, A. A., Zahrudin, & Ramadhanti, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan harga Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Online PT Go-Jek Indonesia. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 6(2), 1–23. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v6i2.5249>
- Utami, F. P., & Ratnamurni, E. D. (2024). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Produk Hand And Body Lotion Merek Nivea Di Bandung Raya. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(2). <https://journal.unpas.ac.id/index.php/oikos/article/view/15127/7590>
- Yamin, S. (2023). SmartPLS 3, SmartPLS4, Amos & Stata. In *PT Dewangga Energi Internasional* (iii). PT Dewangga Energi Internasional. <https://www.smartpls.com/>
- Yoanda, D., & Adialita, T. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Sunscreen Nivea Di Kota Bandung. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.8825>