

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09>
- Alifia, Y. S. (2017). Sampai Kiamat, Depok Akan Tetap Macet. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/sampai-kiamat-depok-akan-tetap-macet-cBJ3>
- Anggraini, C. T., & Dkk. (2017). *Pemasaran Jasa*. [https://books.google.co.id/books?id=oFjYDwAAQBAJ&dq=pemasaran+jasa&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=oFjYDwAAQBAJ&dq=pemasaran+jasa&source=gbs_navlinks_s)
- Apriliani, D., S, N. B., Febila, R., Sanjaya, V. F., & Artikel, I. (n.d.). *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Pengaruh kepuasan pelanggan , brand image , dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard*. 1(1), 19–28. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.214>
- Cahyu. (2019). Beragam Manfaat Ojek Online untuk Peningkatan Kualitas Hidup. *Liputan 6*.
- Chalil, R. D., & Dkk. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*.
- Daryanto. (2013). *Manajemen Pemasaran*.
- David. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Transportasi Online Grab. *Petra International Journal of Business Studies*, 6(2).
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13.
- Dimas Praditya, A., & Astuti, R. T. (2018). THE IMPACT OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER PERCEIVED VALUE, AND BRAND EXPERIENCE ON LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS

Herfa Tanur, 2021

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DIKOTA DEPOK, JAWA BARAT MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- INTERVENING VARIABLE (A Study on Lion Air Customers in Java). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 69–79. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- DW, F. (2019). Perkembangan Teknologi dalam Bisnis Transportasi Online. *Kompasiana*.  
<https://www.kompasiana.com/felikdw8594/5d3d9f8d097f36338c3cf5d2/perkembangan-teknologi-dalam-bisnis-transportasi-online>
- Eka, R. (2020). Super App Terkini: Masih Soal Gojek vs Grab. *DailySocial.Id*.  
<https://dailysocial.id/post/super-app-terkini-masih-soal-gojek-vs-grab>
- Fatihudin, D., & Anang, F. (2019). *Pemasaran jasa (Strategi, Mnegukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Group Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fernanda, D. P. (2015). Peningkatan Jumlah Kendaraan Disebut sebagai Biang Kemacetan. *CNN Indonesia*.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2).  
<https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Firmasyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*.  
<https://books.google.co.id/books?id=Fz6nDwAAQBAJ&pg=PA59&dq=citra+merek&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwjR1N6o4tzvAhWVbn0KHdUMBggQ6AEwA3oECAYQAg#v=onepage&q=citra+merek&f=false>
- Gabrielle, N., & Harjati, L. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 55–70.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*.
- Gojek. (2021). *Gojek*. <https://www.gojek.com/about/>

**Herfa Tanur, 2021**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DIKOTA DEPOK, JAWA BARAT MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Gultom, W. S. T., Yuliati, L. N., & Djohar, S. (2016). Pengaruh Service Quality, Product Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Industri Kayu Perhutani. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 13(2), 109–121. <https://doi.org/10.17358/jma.13.2.109>
- Hamirul, H. (2020). *Inovasi dalam Pelayanan Publik*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Iskandar. (2017). *Persaingan Sengit Go-Jek, Grab dan Uber, Siapa Pemenangnya?*
- Ivy. (2020). *Gojek Indonesia*. IndonesiaReview. <https://indonesiareview.co.id/layanan-kendaraan/gojek-indonesia-review-pengalaman-keluhan>
- Juwita, M. (2018). *Bagaimana cara Go-Jek mempertahankan loyalitas pelanggannya?* Dicto.Id.
- Kotler Philip, & Keller K. (2016). Marketing Management 15th Global Edition. In *England: Pearson Educationn Limited*. <https://app.luminpdf.com/viewer/99cAGZGug6i5d4dsL>
- Kumbaran. (2020). *Aplikasi Gojek Punya Tampilan Baru, Seperti apa?* Kumbaran Tech. <https://kumbaran.com/kumbarantech/aplikasi-gojek-kini-punya-tampilan-baru-seperti-apa-1tVaRYJACpP/full>
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- NN. (2017). Menhub : Transportasi Sudah Menjadi Kebutuhan Dasar Masyarakat. *Biro Komunikasi Dan Informasi Publik*. <http://dephub.go.id/post/read/menhub-transportasi-sudah-menjadi-kebutuhan-dasar-masyarakat>
- Parasuraman, & Dkk. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit), 2017-2019*. (2019). <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>

**Herfa Tanur, 2021**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DIKOTA DEPOK, JAWA BARAT MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Rini Handayani, H. T. W. (2018). *Pelanggan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Home Industri Frozen Food ). 2017*, 1–11.
- Sawitri, N. P., Nyoman, N., Yasa, K., & Jawas, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation di Ubud. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 40–47.
- Sellang, K., & Dkk. (2020). *Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik*.
- Semangat Baru Gojek*. (n.d.). Gojek. <https://www.gojek.com/about/>
- Sembiring, I. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Soemanagara, R. (2008). *Strategic Marketing Communication*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran* (F. Sigit (Ed.)).
- Sugiono. (2012). *Memahami Penelitian kualitatif*. CV Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen*.
- Sutarsih, T., Citra, V. W., Untari, R., Rozoma, Anggraini, N., & Luthfi, A. K. (2019). *Statistik Telekomunikasi Indonesia*. Badan Pusat Statistik, Jakarta-Indonesia.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.

**Herfa Tanur, 2021**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DIKOTA DEPOK, JAWA BARAT MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Tiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*.
- Tjiptono, F. (2015a). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Tjiptono, F. (2015b). *Strategi Pemasaran (4th ed)*. ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*.
- Transpotologi. (2020). Jumlah Kendaraan di Indonesia Periode 1949-2018. *Transpotologi*. <https://transportologi.org/data-kita/jumlah-kendaraan-di-indonesia-periode-1949-2018/>
- Welianto, A. (2021). Pengertian dan Perkembangan Teknologi. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/08/120000169/pengertian-dan-perkembangan-teknologi?page=all>
- Wikipedia. (2021). *Gojek*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>
- Wilson, N. (2019). The Impact of Service Quality and Brand Image toward Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3), 222. <https://doi.org/10.25124/jmi.v18i3.1734>

**Herfa Tanur, 2021**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DIKOTA DEPOK, JAWA BARAT MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]