

DAFTAR REFERENSI

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan*. Cetakan ke 1. Yogyakarta: BPFE.
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService).
- Andjarwati, Marisa. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Journal Of Research In Economics and Management*, 16 (1), 84-10.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia, RY, Masdupi, E, dan Engriani, Y. 2019. The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Services Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*.
- Castaneda, J.A., Frias, D.M and Sabiote, C.M. 2012. E-service quality as antecedent to e-satisfaction The moderating effect of culture. *Online Information Review* 36 (2).
- Christine R. P. *et al.* Januari 2018. The Influence Of Perceived Value and Trust On Repurchase Intention In Shopee Online Shopping. *Jurnal EMBA*, 6 (1), 2303-1174.
- Damiati, *et al.*, 2017., *Perilaku Konsumen, Rajawali Pers*, Depok, 16956.
- Dewi N.A.P dan Warmika. 2016. Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (4), 2302-8912.
- Dwi, Istiarni. 2014. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Evelina. *et al.* 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promoi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Hal. 1-11.
- Fikri and Lisdayanti. 2020. Analysing Promotion Mix and Perceived Usefulness of e-Wallets: A case of Linkaja applications in Indonesia. *International Journal of Finance and Banking Studies*, 9 (1), 2147-4486.

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grab.2020 <https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/studi-menunjukkan-grab-mendorong-dampak-positif-para-penumpang-dan-mitra-pengemudinya/>. Juli 2020.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hartono, Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. BPF. Yogyakarta.
- https://sidomuncul.listedcompany.com/group_structure.html. Juli 2020.
- Ismail, A. *et al.* Maret 2016. Service Quality and Customer Loyalty In Peacekeeping Missions. *JMK*, 18 (1).
- Khusnul, K dan Febriansyah. Desember 2018. Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1 (1), 2655-237X.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J. T., and Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5 th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & G. Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lucas, D. B., and Britt, S. H., 2012. *Measuring Advertising Effectiveness McGrawHill, New York*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Noviandini, Nurul Citra. 2012. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filing Bagi Wajib Pajak Di Yogyakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nuri Apriyani dan Suharti. (2017). *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi*. *Jurnal Manajemen Dewantara* 1 (1): 21 – 34.
- Permana, Ade. Januari 2020. *Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25 (2), 2715-1662.

- Ramzi, Muhammad. 2013. LKP: *Rancang Bangun Aplikasi Penjadwalan Mata Pelajaran Berbasis Web Pada SMK Negeri I Cerme*. Undergraduate thesis, STIKOM. Surabaya: <http://sir.stikom.edu/100/5/BAB%20III.pdf>. Diakses tanggal 2 juli 2017
- Sabiote, *et al.* 2012. “*Adding Clicks to Bricks: A Study of the Consequences on Customer Loyalty in a Service Context*”. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11 (2012) 145
- Saidani dan Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3, No. 1.
- Sanaji, M. D. P. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Uber Motor Di Surabaya)*, 6, 1–10.
- Shadiq, J dan Tjahjadi, D. Desember 2018. Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Serta Dampaknya Pada Loyalitas Penggunaan Transportasi Secara Online. *Informatics For Educators and Professionals*, 3 (1), 2548-3412.
- Sidharta dan Sidh. (2014). Pengukuran persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap sikap serta dampaknya atas penggunaan ulang online shopping pada e-commerce. *Jurnal Computech dan Bisnis*. Vol. 8, 92-100.
- Struktur Organisasi PT. Sidomuncul. 2020.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., dan Suhud, U. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6 (1).
- Thamrin dan Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Top Brand*. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=grab. Juni 2020.
- Ulumiyah. L, H. Soesanto, dan S. Sugiono. 2016. Analisis Pengaruh WOM, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Belanja Online Melalui Sikap Belanja Online (Studi pada

- Toko Online Store Elzatta Hijab). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 15, 107-118.
- Wahyuningtyas, R. A. (2016). *Pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat beli ulang dengan persepsi kegunaan sebagai variabel intervening (studi pada pengguna layanan aplikasi go-jek di surabaya)*, 4, 1–10.
- Website resmi Prosimilarweb. pada laman “Grabtaxi Passenger”. 2017. <https://pro.similarweb.com/#/apps/demographics/0com.grabtaxi.passenger/840/1m>. Juni 2020.
- Website resmi PT. Grab Taxi Holding Pte. <https://www.grab.com/id/taxi/> Juli 2020.
- Widiyasti, B. 2016. Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen AXA Mandiri Mapan Sejahtera di Kota Mataram. *Jurnal magister manajemen*, 5 (3), 2548-3919.
- Wijaya, Tony (2015). Pengaruh Service Quality Perception dan Satisfaction Terhadap Purchase Intention. *Modus Jurnal dan Bisnis*, 17 (1):39-52.
- Yoganda, Dirgantara (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Manajemen*.
- Yuhefizar.2012.*Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan CMS Joomla Edisi Revisi*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.