

DAFTAR PUSTAKA

- Agha, A. A., Rashid, A., Rasheed, R., Khan, S., & Khan, U. (2021). Antecedent loyalitas pelanggan di sektor telekomunikasi. *Jurnal Online Turki untuk Penyelidikan Kualitatif*, 12(9).
- Ambodale, P., A. (2021). *The Influence Of E-Service Quality On Reuse Interest Of Bukalapak Application Users In West Java Province. E-Proceeding of Management*, 8(5), 5875–5889.
- Annisa et al. (2022). Analisis Pengaruh *Customer Experience*, *User Experience*, dan Hambatan Berpindah terhadap Minat Beli Ulang Studi pada Konsumen Gojek di Kota Purwokerto. *Sustainable Competitive Advatage*.
- Armida., & Nabila. (2020). Pengaruh *Customer Perceived Value* dan *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* pada Objek Wisata *The Great Wall of Koto Gadang*. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 3(3), 477–487.
- Astarina, I. G. A., Giantari, I. G. A. K., & Nyoman, N. K. Y. (2017). Peran kepercayaan memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali Go-Jek di kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(5), 2308–2334.
- Ayaumi, S., D & Komariah, S., N. (2021). Pengaruh *Customer Experience* dan *Trust* Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesar Antar GoFood saat Pandemi Covid-19 pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubahra*, 3(2), 181–192.
- Ayu, Rizki. (2023). Mengenal Industri Ride Hailing Beserta Daftar Perusahaannya Di Indonesia. <https://koran.tempo.co/amp/ekonomi-dan-bisnis/484725/mengenal-industri-ride-hailing-beserta-daftar-perusahaannya-di-indonesia>. Diakses 11 November 2023.
- Fajar, W., H. (2020). Mengenal Konsep New Normal. [Indonesia.go.id - Mengenal Konsep New Normal](https://indonesia.go.id). Diakses pada 25 Mei 2023.
- Grab.com. (2010). Prinsip Panduan Kami. <https://www.grab.com/id/about/our-principles/>. Diakses pada 17 Desember 2023.
- Hayani & Al Sukri. (2021). Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 679–686.
- Hoffman, K., D. (2011). *Services Marketing: Concepts, Strategies & Cases, Fourth Edition*. Mason, OH:South-Western Cengage Learning.

- Indrata, et al. (2017). Pengaruh *Perceived Value* dan *E-Service Quality* terhadap *Customer Behavioral Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna Gojek di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 131–147.
- Liempepas, I., & Sihombing, S. O. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan : studi empiris pada *mobile banking* bca. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 306–336.
- LogosWorld.com. (2023). Grab Logo. <https://logos-world.net/grab-logo/>. Diakses pada 23 Desember 2023.
- Nguyen-Phuoc et al. (2021). *What Makes Passengers Continue Using and Talking Positively About Ride-Hailing Services? The Role of The Booking App and Post-Booking Service Quality*. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 367–384.
- Nurfaizah., Al Hamasy., & Kurnia. (2023). Persaingan Ketat dan Tak Sehat Layanan Taksi Daring. <https://www.kompas.id/baca/metro/2023/01/10/persaingan-ketat-dan-tak-sehat-layanan-taksi-daring>. Diakses 11 November 2023
- Prakosa, 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(1), 72–85.
- Prasastyo & Adelia. (2019). Pengaruh *Service Quality*, *Perceived Value* *Corporate Image*, *Customer Satisfaction*, pada *Behavioral Intention*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 21(1a–2), 193–202.
- Prastika et al. (2023). *Analysis of Service Quality, Perceived Value, and Customer Satisfaction on Behavioral Intention on Ojek Online*. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 23–36.
- Purnomo, D., S et al. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Industri Miko dan Kecil di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 21(1), 86–88.
- Riffari et al. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* terhadap Minat Menggunakan Kembali Aplikasi My Blue Bird (Studi pada Masyarakat DKI Jakarta), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 332–342.
- Ritonga, S., J. (2022). Pengaruh *Service Quality* dan *Costumer Experience* Terhadap Niat Penggunaan Ulang Jasa Transportasi Kereta Api Indonesia (KAI) Stasiun Tanjung Balai. *Journal of Economics and Eccouting*, 3(2), 410–413.

- Rosyda. (2021). Pengertian Visi dan Misi: Perbedaan, Fungsi, Mnafaat, dan Contohnya. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-visi-misi/>. Diakses pada 17 Desember 2023.
- Saragih, E., M. (2021). *The Influence Of E-Service Quality On Repurchase Intention Consumer LinkAja*. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 250–255.
- Subagyo. (2023). Survei: Grab dan Gojek aplikasi layanan unggulan milenial dan gen z. <https://www.antaraneews.com/berita/2940793/survei-grab-dan-gojek-aplikasi-layanan-unggulan-milenial-dan-gen-z>. Diakses 13 November 2023
- Wibowo, Agung. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Behavioral Intention*. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)*, 1(1), 2598–8107.