

Daftar Pustaka

- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Di Cafe Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV* / .
- Andini, C., & Akbar, D. (2020). Tantangan Pariwisata pada Wilayah Perbatasan dalam Era Disrupsi Teknologi: Studi Kasus Regulasi Transportasi Online di Kota Batam, Kepulauan Riau. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 1*(2), 73–81. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v1i2.102>
- Armaniah, H., & Nikmah, W. (2023). Pengaruh E-Services Quality Terhadap E-Loyalty Yang Dimediasi Oleh Variabel E- Satisfaction Pada Pengguna Ojek Online Go-jek di Jabodetabek. *Jurnal Portofolio : Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2*.
- Asakdiyah, S., & Ismanto, D. (2022). Membangun e-trust mahasiswa melalui e-service quality dan e-satisfaction mahasiswa. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan, 10*(1), 28. <https://doi.org/10.29210/172600>
- Baistama, R. P., & Martini, E. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE GOJEK. *E-Proceeding of Management* :, 8.
- Berliana, C., & Sanaji. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Dan Commitment Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 3(4) 2022: 2397-2413*.
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11*(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>
- Dino, D., & Suryadi, S. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Trust dan Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction pada Transportasi Online Grab di Kota Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 1*(2), 300–318.
- Gemilang, I., & Soesanto, H. (2021). ANALISIS PENGARUH PROMOTION DAN E-TRUST TERHADAP ELOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Diponegoro Journal of Management, 10*(2).

Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25*.

Grab Indonesia - Pertumbuhan Mitra Grab Driver Merata Hingga ke Seluruh Indonesia | Grab ID. (n.d.). Retrieved January 20, 2024, from <https://www.grab.com/id/blog/driver/grab-indonesia-pertumbuhan-mitra-grab-driver-merata-hingga-ke-seluruh-indonesia/>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed). Prentice-Hall.

Hakim, L., Faizah, E. N., Wahyuningsih, Y., & Megasyara, I. (2022). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pada loyalitas pelayanan: Tinjauan Penelitian. *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 3.

Hanera, Z. (2020). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi pada Konsumen Fashion E-Commerce Shopee). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(4), 11.

Kasih, S. S., & Moeliono, N. N. K. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN SORABEL DI BANDUNG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol 5, No 4*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller*.

Mengenal Siapa Pendiri Grab dan Perkembangannya. (n.d.). Retrieved January 20, 2024, from <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-grab/>

Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1, 91–97. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jkim>

Muhammad, F. (2023). *GrabMart Ad-hoc Competitive Intelligence Project Di PT. Grab Teknologi Indonesia*.

Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA BNI MOBILE BANKING MELALUI CITRA BANK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>

- Ojek Online dalam Integrasi Transportasi di Jabodetabek.* (2021).
<https://Bptj.Dephub.Go.Id/>.
- Pasaribu, L. N. (2023). The Influence of E- Service Quality and Trust on E- Customer Loyalty Through Satisfaction for users of Grab Online Services in Medan City. *ProBisnis : Jurnal Manajemen*, 14(6), 806–819.
<https://doi.org/10.62398/probis.v14i6.433>
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. O. I. (2005). *Perilaku Konsumen*. ANDI.
Press Library. (n.d.). <https://Www.Grab.Com/Sg/>.
- Que, V. K. S., Iriani, A., & Purnomo, H. D. (2020). Analisis Sentimen Transportasi Online Menggunakan Support Vector Machine Berbasis Particle Swarm Optimization. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi/ Vol, 9(2)*.
- Rachman, A. A., Nuruni, D., & Kusuma, I. (2021). *Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Melalui Variabel Penghubung E-Satisfaction 26 Asosiasi Sarjana Sosial, Ekonomi dan Politik Indonesia (ASSEPI) PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY MELALUI VARIABEL PENGHUBUNG E-SATISFACTION (Studi Kasus : Pelanggan Traveloka di Surabaya)*.
<http://www.jsep.org/index.php/jsep/index>
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2012). Factors influencing on customers' E-satisfaction: A case study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511.
- Rufina Pramuditha, Syarifah Hidayah, & Herning Indriastuti. (2021). Pengaruh Service Quality, E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Konsumen. *SKETSA BISNIS*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2632>
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*.
- Sulhan, M., & Rahma, F. D. (2023). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Transportasi Online Grab. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(1), 36–44.
<https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>

- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Andi Offset, Ed.).
- Uluvianti, L. D., Dirgantara, I. M. B., & Octavio, D. Q. (2022). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA BEBERAPA E-COMMERCE. *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 325.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2379>
- Wardany, W., & Hasbi, I. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION DAN E-CUSTOMER LOYALTY PADA OYO INDONESIA. *E-Proceeding of Management*, 7, 6377.
- Widowati, H. Y. (2016). ANALISIS FAKTOR PEMBENTUK E-LOYALTY. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* , Vol. 01,.
- Wilis, R., & Nurwulandari, A. (2020). The effect of E-Service Quality, E-Trust, Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty of Traveloka's Customer. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.609>
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston