

## DAFTAR PUSTAKA

- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. Modern methods for business research. In *Modern Methods for Business Research*.  
<http://books.google.com.sg/books?hl=en&lr=&id=EDZ5AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA295&dq=chin+1998+PLS&ots=47qB7ro0np&sig=rihQBibvT6S-Lsj1H9txe9dX6Zk#v=onepage&q&f=false>
- Darwin, Steven dan Yohanes Sondang Kunto, 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1:1-12.
- Databoks <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/31/nilai-transaksi-objek-online-di-indonesia-diproeksi-sebesar-rp124-triliun-pada-2022>
- Erdiansyah, D., & Imaningsih, E. S. (2021). Analysis of Effects of Product Quality, Promotion and Received Value Towards Customer Loyalty through Customer Satisfaction Grab Food. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 01–11. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.1>
- Firmansyah, D., & Prihandono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 7(1), 120–128. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/20638>
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2015. *Partial least square: Konsep, teknik dan aplikasi menggunkam program smart PLS 4.0 (2nd ed)*. Semarang. Universitas Diponegoro Semarang
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 26 (10th ed.)*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill, 1996, *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Simon and Chuster, Inc..
- GoodsStats.id <https://goodstats.id/article/mayoritas-masyarakat-install-beberapa-aplikasi-transportasi-online-mengapa-dbZ2Y>

- Hermawan Kartajaya. 2003. *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex MediaKomputindo
- Jannah, R., Mappatempo, A., & Haanurat, I. (2019). The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia. *Proceeding UII-ICABE*, 7, 201–206. <https://journal.uii.ac.id/icabe/article/view/14714>
- Kotler dan Amstrong, 2004. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi kesebelas*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ketiga belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th ed.)*. New York: Pearson Publishing.
- Mowen, & Minor. (2002). *Perilaku Konsumen (5 jilid 1)*. Erlangga
- Olivia, G. R., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Maybelline Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 742–752. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29773>
- P. Kotler, & G. Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (14th ed.)*. Jakarta, Erlangga.

Pradana, Fredi (2018) Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis* <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/5797/4056>

Ruang Ojol <https://www.ruangojol.com/2022/04/apa-itu-jogjakita-layanan-kelebihan-dan-kekurangan.html>

Shaharudin, M. Rizaimy. 2011. The Relationship Between Product Quality And Purchase Intention: The Case Of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer. *African Journal of Business Management Vol. 5(20) pp. 8163-8176.*

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung, Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.* Bandung, ALFABETA.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung, Alfabeta.

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing, 77(2), 203–220.* [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi 3.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi pemasaran.* Malang: Bayu media Publishing

Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Yogyakarta, Andi Offset.

Zeithaml, Valarie A and Bitner, M.J. 2003. *Service Marketing.* New York, Tata McGraw-Hill.