DAFTAR PUSTAKA

Abbas, R., & Michael, K. (2022). Theoryhub book. In *Theoryhub book*.

Aditya, L. M. (2023). *Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia*. GoodStats. https://goodstats.id/infographic/layanan-ojek-online-pilihan-masyarakat-indonesia-jbPbU

Ainiyyah, U. F., & Suciningtias, S. A. (2024). Pengaruh perceived of use dan service quality terhadap perilaku penggunaan transportasi online Maxim dengan trust sebagai variabel intervening. *Ekonomi, Jurnal Akuntansi, Manajemen*, *1192*, 304–317.

Akbar, J. F. (2024). *Preferensi Transportasi Online Pilihan Anak Muda 2024*. Good Stats. https://goodstats.id/article/transportasi-online-sebagai-teman-setia-anak-muda-di-era-modern-FSQTl

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, *8*(3), 86–94. https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94

Ani, F., Ratnaningtyas, E. M., Fathona, C. A. P., & Nurani, P. A. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa di Yogyakarta. *EBBANK Journal*. https://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/338

Annatasya, A., Hanggoro, D., Hasmira, M. H., Putera, A. B. S., & Kamal, N. S. (2024). *Perkembangan Teknologi Informasi Menciptakan Inovasi di Bidang Transportasi Online : Ojek Online*. *1*(2), 154–160.

Auglandy, N. (2024). *Kasus Order Fiktif Menyeret Mantan Karyawannya, Ini Tanggapan Resmi Maxim Indonesia*. Radarsolo.Jawapost.Com. https://radarsolo.jawapos.com/solo/845313955/kasus-order-fiktif-menyeret-mantan-karyawannya-ini-tanggapan-resmi-maxim-indonesia

Augustinah, F., Halim, F., Sudirman, A., & Sinaga, O. S. (2023). Analysis of Factors Influencing The Loyalty of Online Transportation Users in Indonesia. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, *9*(3), 769. https://doi.org/10.32884/ideas.v9i3.1364

Avivah, N. N., Hidayah, N., Edwin, N., & Aprianto, K. (2024). Analisis Persaingan Industri Pada Transportasi Ojek Online (Studi Kasus : Pada Perusahaan Gojek dan Grab). *Jurnal Akademi.Edu*.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

https://www.academia.edu/126458452/Analisis_Persaingan_Industri_Pada_Transportasi_Ojek_Online_Studi_Kasus_Pada_Perusahaan_Gojek_dan_Grab_

Baladin, L. O., Soeparyanto, T. S., Fidmasari, R., & Satyadharma, M. (2025). Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Grabbike). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, *21*(1), 33–42. https://doi.org/10.31940/jbk.v21i1.33-42

Balya, M. D. (2023). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *1*(3), 26–53. https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.272

Banggoi, R., Mendo, A. Y., & Asi, L. L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manjemen Dan Bisnis*, *6*(1), 242–249. http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Budiyono, B., & Sutianingsih, S. (2019). Peran kepuasan pelanggan dalam memoderasi pengaruh perceived value terhadap loyalitas pelanggan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, *5*(4), 445–469. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104

Damanik, I., Fadli, F., & Situmorang, S. (2024). *The Effect of Customer Value and Customer Experience Towards Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Among Online Transportation Users in Medan*. *December*. https://doi.org/10.4108/eai.22-9-2022.2337434

Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F. (2020). Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung - Kamal. *Jurnal Baruna Horizon*, *3*(1), 198–209. https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v3i1.39

Fakhrudin, A. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adi Soemarmo. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *10*(1), 102. https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.677

Fitriano, E., Monalisa, S., Zarnelly, Z., & Megawati, M. (2024). Pengaruh E-service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Aplikasi Transportasi Online maxim. *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, *9*(1). https://doi.org/10.35314/isi.v9i1.4023

Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program amos 24.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gojek. (2024). *Tarif Gojek per KM, Harga, dan Biaya Untuk Layanan GoRide Saat*

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Jam Sibuk. Gojek.Com. https://www.gojek.com/blog/goride/tarif

Grab. (2022a). *Bantu Jaga Pendapatan Pengemudi dan Penghematan Konsumen, Grab Imbangi Kenaikan Tarif dengan Layanan Baru serta Promo Ekonomis*. Grab.Com. https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/grabbikehematpromodiskonngegas/

Grab. (2022b). *Grab Indonesia – Pertumbuhan Mitra Grab Driver Merata Hingga ke Seluruh Indonesia*. Grab.Com. 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. (2019). Multivariate Data Analysis (Sixth Edition). In *Cengange Learning, EMEA* (Vol. 19, Issue 3). Annabel Ainscow. https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem). In *Sage*.

Haryana, M. R. A. (2024). Does Perceived Value Accompanied By Satisfaction Influence Gojek'S Customer Loyalty? *Jurnal Fairness*, *14*(2), 76–86. https://doi.org/10.33369/fairness.v14i2.36607

Haryono, S. (2017). *Metode sem untuk penelitian manajemen dengan amos, lisrel, dan smart pls* (H. Mintradja (ed.)). Luxima Metro Media.

Hastuti, R. K. (2019). Terungkap! Ini Alasan Ojol Maxim Berikan Tarif Murah. *CNBC Indonesia*. https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191227155223-37-126096/terungkap-ini-alasan-ojol-maxim-berikan-tarif-murah

Hayes, B. . (2008). *Measuring customer satisfaction and loyalty : survey design, use, and statistical analysis methods* (P. O'Mara (ed.); third edit). ASQ Quality Press.

Heni Nastiti, Jenji Gunaedi A, & Dewi Cahyani Pangestuti. (2023). Analysis of the customer's loyalty of the online transportation service Gojek. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *12*(5), 17–29. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2570

Hidajat, C. C., & Tanamal, R. (2024). *Expectation-Confirmation Model dengan Extended variable Adaptation dan Trust pada Penggunaan Go Send*. *7*(2), 203–212.

Hikaru, D., Purba, J. T., Budiono, S., Rajagukguk, W., & Adirinekso, G. P. (2021). Measurement of Brand Image, Price, Promotion, Ease of Use and Satisfaction to Customer Loyalty of on line Transportation in Urban Area. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1243–1254. https://doi.org/10.46254/SA02.20210556

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Idris, M. (2022). *Mengenal Maxim Sebagai Pesaing Gojek dan Grab*. https://money.kompas.com/read/2019/12/23/133928126/mengenal-maxim-penantang-baru-gojek-dan-grab?page=all

Irawan, M. Z., Bastarianto, F. F., Dewanti, Sugiarto, S., & Rizka Fahmi Amrozi, M. (2021). Measuring the perceived need for motorcycle-based ride-hailing services on trip characteristics among university students in Yogyakarta, Indonesia. *Travel Behaviour and Society*, *24*(April 2020), 303–312. https://doi.org/10.1016/j.tbs.2021.05.005

Ismet, R. A., & Patrisia, D. (2025). *The influence of perceived value , customer trust , and price on switching intention through customer satisfaction in online transportation services : a case study of maxim application among generation Z in Padang*. *9*(1), 369–376. https://doi.org/10.36526/js.v3i2.5050

Iwan Hartono, St Maryam H, & Mukhtar T Syarkawi. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Daring Kota Makassar. *Jurnal Flyover*, *03*(01), 36–44.

Kamal, M. I. H. (2021). Profil Pengguna, Tujuan Perjalanan, Dan Faktor Pendorong Penggunaan Ojek Online Di Yogyakarta. *Jurnal PenSil*, *10*(2), 61–67. https://doi.org/10.21009/jpensil.v10i2.18264

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, & Keputusan. (2022). *Pedoman perhitungan biaya jasa penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi*.

Kevin, & Anandya, D. (2021). The effect of service quality, perceived value, and customer trust towards customer loyalty on online transportation Gojek in Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *20*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.24123/jmb.v20i1

Kosasih, W., Sriwana, I. K., & Adhesi, R. (2020). Integrasi E-Servqual, Model Kano, dan Hoq dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, *9*(3), 163–170. https://doi.org/10.26593/jrsi.v9i3.4043.163-170

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (S. Wall (ed.); 15 Global). Pearson Education Limited.

Kotler Philip, K. L. K. (2016). *A Framework For Marketing Manajemen* (W. Stephanie (ed.); Sixth Edit). British Library Cataloguing. http://eprints.upjb.ac.id/id/eprint/167/1/A Framework for Marketing Management by Philip T Kotler%2C Kevin Lane Keller %28z-lib.org%29.pdf

Kumparan. (2022). *Sejarah Gojek dan Perkembangannya dari Masa ke Masa*. Kumparan.Com. https://kumparan.com/berita-terkini/sejarah-gojek-dan-

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

perkembangannya-dari-masa-ke-masa-1zAYkqSP4I8/2

Lady, R. F., & Minah, R. (2022). Pengaruh experiental marketing, kualitas pelayanan, dan driver attitude terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Grab Dikota Mataram. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, *Vol 3 No 1*. https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jseit.v3i1.1333

Langkamau, Y., Lay, E., Messakh, A., & Isliko, T. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan jasa transportasi online Maxim Kota Kupang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBM/search/authors/view?affiliation=UNDANA&country=ID&firstName=Yuliana&lastName=Langkamau&middleName=Caitlin+Destiani&utm_source=chatgpt.com

Lorensia, S., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Gojek di Yogyakarta. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *7*(2), 816. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.934

Manihuruk, E., & Rustam, T. A. (2024). Pengaruh keamanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *1*(938), 6–37.

Maxim. (2019). *Tarif Maxim*. Id.Taximaxim.Com.

Maxim. (2020). *Pertumbuhan Pengguna Maxim*. Maxim. https://id.taximaxim.com/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali/

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, *20*(3), 709–734.

Meirina, O. A., & Hidayat, D. S. (2022). Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Jembatan Memperkuat Loyalitas Atas Layanan Jne Express. *Jurnal Magisma*, *X*(1), 45–59. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SJME-07-2022-0159/full/html

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *The Journal of Marketing (JM)*.

Nalibratawati, R., Putri, K. P., & Hamidah, F. N. (2024). Analisis masalah dan tantangan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan di Pt. Agung Solusi Trans: strategi komunikasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Jurnal Manajemen*, *8*(1), 16–30.

Nevo, D. (2012). Expectation confirmation theory. *IS Theories*, *62*(4), 1980.

UNIVERSITAS PERPUSTAKAAN JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

http://istheory.byu.edu/wiki/Expectation_confirmation_theory

Nusantara, R. A., Sumaryanto, & Suddin, A. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan persepsi Reputasi terhadap Loyalitas menggunakan Jasa Ojek Online (Survei pada Pelanggan Go-Jek Kota Solo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *18*(3), 473–478.

Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing.*, *57*(3), 25–48. https://doi.org/info:doi/

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty ? *Journal of Marketing*, *63*(Special Issue 1999), 33–44.

Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (1988). Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, *64*(September 2014), 12–35.

Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Penguatan Kepuasan Model Hubungan E-Service Quality Dan E-Loyalty Pada Konsumen Go-Jek Dan Grab. *Sosiohumaniora*, *21*(3), 237–246. https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491

Putra, F. F. T., & Nio, S. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Padang. *Al-DYAS*, *3*(1), 356–363. https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i1.2694

pwc. (2023). *PwC Customer Loyalty Executive Survey 2023. Converting disconnects into loyalty opportunities,*. Pwc. https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/business-transformation/library/building-customer-loyalty-guide.html

Rachbini, W., Anggraeni, D., & Febrina, D. (2020). Effect of Service Quality on Customer Loyalty through Satisfaction, Perceived Value, and Customer Engagements (Study on Indonesian Ride-Hailing Online). *Advances in Social Sciences Research Journal*, *7*(10), 300–310. https://doi.org/10.14738/assrj.710.9204

Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). The Influence of Trust, Innovation, and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty on Gojek Customers. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, *65*(1), 65–77. http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index

Ricardianto, P., Ikhsan, R. B., Suryobuwono, A. A., Setiawan, E. B., Raharjo, E. P., Rahandi, R., & Cahyadi, D. (2024). What makes consumers attitudinal loyalty on ride-hailing services? An investigation Indonesian consumers' perceived safety in using ride-hailing apps. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *10*(2).

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100306

Rifaldi, R., Kadunci, K., & Sulistyowati, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *EPIGRAM (e-Journal)*, *13*(2), 121–128. https://doi.org/10.32722/epi.v13i2.819

Rohwiyat, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan ojol Maxim terhadap loyalitas pelanggan melalui corporate image sebagai variabel mediasi (survey pada mahasiswa di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *9*(2), 20–31. https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.517

Rohwiyati. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan ojol Maxim terhadap loyalitas pelanggan melalui corporate image sebagai variabel mediasi. *EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, *Vol. IX*, *N*.

Rosidah, D. A., & Oetarjo, M. (2022). Online Ojek Satisfaction: Brand, Trust, and Service Quality Influence. *Academia Open*, *7*. https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.3169

Saragih, L. S., Putriku, A. E., Simbolon, Y., Permata, S., & Handayani, S. (2024). Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Faktor Penentu Loyalitas pada Layanan Transportasi Online Grab di Kota Medan. *Student Scientific Creativity Journal*, *2*(4), 87–92. https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i4.3396

Sari, B. R., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek (Go – Ride) Studi Pada Mahasiswa Kota Yogyakarta. *ECo-Buss*, *6*(3), 1564–1576. https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1230

Sauri, S., Husna, D. H., Ahmad, Z., & Hairullah, F. (2024). Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim Di Kota Banjarmasin: Peran Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, *5*(1), 106–120.

Su, D. N., Nguyen-Phuoc, D. Q., & Johnson, L. W. (2021). Effects of perceived safety, involvement and perceived service quality on loyalty intention among ride-sourcing passengers. *Transportation*, *48*(1), 369–393. https://doi.org/10.1007/s11116-019-10058-y

Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, *9*(2), 323. https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mix methods)* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

UNIVERSITAS PERWIRA YAYASAN ACHMAD YANI

Suhartanto, D., Clemes, M., Februadi, A., Suhaeni, T., & Christabel Loveldy, Z. A. (2020). Modelling Passenger Loyalty towards App-based Motorcycle Taxi. *Asian Academy of Management Journal*, *25*(1). https://doi.org/10.21315/aamj2020.25.1.3

Sulistiyowati, W. (2018). Kualitas layanan: teori dan aplikasinya. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).

Sundariningsih, P., Othman, K., & Ningrum, N. K. (2021). The Effect of Value Perception and Satisfaction Towards Loyalty of Gojek Customers in Yogyakarta. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, *4*(2), 160–171. https://doi.org/10.31002/rn.v4i2.3798

Sundariningsih, P., Othman, K., Ningrum, N. K., Tamansiswa, U. S., Mara, U. T., & Naskah, I. (2021). The Impact Of Perceived Value, Satisfaction, and Culture on Gojek Customer Loyalty in Yogyakarta During Covid-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Dewantara*, *5*(1), 48–61.

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

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (edisi 4). CV Andi Offset. https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205209/service-quality-and-satisfaction

Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *11*(4), 822–829. https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970

Vindiana, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IPTEK*, *7*(1), 9–17. https://doi.org/10.31543/jii.v7i1.216

Wahyuni, I., Kusumaningtyas, D. P., Mahdani, H. B., & Wibowo, D. P. P. (2024). Relationship Between Customer Perceived Value, Service Quality, Brand Trust, and Customer Retention in the Retail Industry. *International Journal of Business, Law, and Education*, *5*(2), 2816–2826. https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.943

Wardhana, A. (2020). Consumer Behaviour in Era digital 4.0. In M. Pradana Ph.D (Ed.), *Jurnal Manajemen Tools* (Edisi Indo, Vol. 12, Issue 2). EUREKA MEDIA AKSARA.

Widjaja, W. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Trust dan Customer

UNIVERSITAS PERPUSTAKAAN JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Jakarta Barat. *Jtmam*, *01*(01), 9–16.

Wulandari, P., Dzakiyullah, N. R., Ratnasari, A., & Heksaputra, D. (2024). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi MAXIM terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode E-Service Quality. *Jurnal Sisfokom*, *13*(1), 65–72. https://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/sisfokom/article/view/2226

Yapp, E. H. T., & Yeap, J. A. L. (2020). Influence Of Perceived Value On Satisfaction And Continuance Usage Intention: E-Hailing Services. *Social and Behavioural Sciences*, 527–537. https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.47

Yeridha, R. A. P., Kuleh, Y., & Sampeliling, A. (2019). Pengaruh persepsi nilai pelanggan dan brand image terhadap loyalitas pelanggan jasa ojek online go-jek di samarinda Effect of customer value perceptions and brand image on customer loyalty of online motorcycle taxi services go-jek in samarinda. *Jurnal Manajemen*, *11*(1), 96–101.

Yolanda, Y., Yudhira, A., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim pada Mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, *6*(1), 196–202. https://doi.org/10.34007/jehss.v6i1.1787

Yurindera, N. (2024). *Dampak Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan pada Layanan Transportasi Ojek Online*. *8*(2), 41–47.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, *52*(3), 2. https://doi.org/10.2307/1251446

Zudhy, M., Fawzan, F., & Sugiarto, S. (2021). *Mengukur kebutuhan yang dirasakan terhadap layanan pemesanan kendaraan berbasis sepeda motor pada karakteristik perjalanan di kalangan mahasiswa di Yogyakarta , Indonesia*. *24*(April 2020), 303–312.

Abbas, R., & Michael, K. (2022). Theoryhub book. In Theoryhub book.

Aditya, L. M. (2023). Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia. GoodStats. https://goodstats.id/infographic/layanan-ojek-online-pilihan-masyarakat-indonesia-jbPbU

Ainiyyah, U. F., & Suciningtias, S. A. (2024). Pengaruh perceived of use dan service quality terhadap perilaku penggunaan transportasi online Maxim dengan trust sebagai variabel intervening. Ekonomi, Jurnal Akuntansi, Manajemen, 1192, 304–317.

Akbar, J. F. (2024). Preferensi Transportasi Online Pilihan Anak Muda 2024. Good

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Stats. https://goodstats.id/article/transportasi-online-sebagai-teman-setia-anak-muda-di-era-modern-FSQTl

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 8(3), 86–94. https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94

Ani, F., Ratnaningtyas, E. M., Fathona, C. A. P., & Nurani, P. A. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa di Yogyakarta. EBBANK Journal. https://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/338

Annatasya, A., Hanggoro, D., Hasmira, M. H., Putera, A. B. S., & Kamal, N. S. (2024). Perkembangan Teknologi Informasi Menciptakan Inovasi di Bidang Transportasi Online : Ojek Online. 1(2), 154–160.

Auglandy, N. (2024). Kasus Order Fiktif Menyeret Mantan Karyawannya, Ini Tanggapan Resmi Maxim Indonesia. Radarsolo.Jawapost.Com. https://radarsolo.jawapos.com/solo/845313955/kasus-order-fiktif-menyeret-mantan-karyawannya-ini-tanggapan-resmi-maxim-indonesia

Augustinah, F., Halim, F., Sudirman, A., & Sinaga, O. S. (2023). Analysis of Factors Influencing The Loyalty of Online Transportation Users in Indonesia. Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, 9(3), 769. https://doi.org/10.32884/ideas.v9i3.1364

Avivah, N. N., Hidayah, N., Edwin, N., & Aprianto, K. (2024). Analisis Persaingan Industri Pada Transportasi Ojek Online (Studi Kasus : Pada Perusahaan Gojek dan Grab). Jurnal Akademi.Edu. https://www.academia.edu/126458452/Analisis_Persaingan_Industri_Pada_Transportasi_Ojek_Online_Studi_Kasus_Pada_Perusahaan_Gojek_dan_Grab_

Baladin, L. O., Soeparyanto, T. S., Fidmasari, R., & Satyadharma, M. (2025). Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Grabbike). Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 21(1), 33–42. https://doi.org/10.31940/jbk.v21i1.33-42

Balya, M. D. (2023). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora, 1(3), 26–53. https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.272

Banggoi, R., Mendo, A. Y., & Asi, L. L. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Untuk Meningkatkan Loyalitas Pengguna Di Kota Gorontalo. Jurnal Ilmiah Manjemen Dan Bisnis, 6(1), 242–249.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB

Budiyono, B., & Sutianingsih, S. (2019). Peran kepuasan pelanggan dalam memoderasi pengaruh perceived value terhadap loyalitas pelanggan. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 5(4), 445–469. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104

Damanik, I., Fadli, F., & Situmorang, S. (2024). The Effect of Customer Value and Customer Experience Towards Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Among Online Transportation Users in Medan. December. https://doi.org/10.4108/eai.22-9-2022.2337434

Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F. (2020). Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung - Kamal. Jurnal Baruna Horizon, 3(1), 198–209. https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v3i1.39

Fakhrudin, A. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adi Soemarmo. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 10(1), 102. https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.677

Fitriano, E., Monalisa, S., Zarnelly, Z., & Megawati, M. (2024). Pengaruh E-service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Aplikasi Transportasi Online maxim. Inovtek Polbeng - Seri Informatika, 9(1). https://doi.org/10.35314/isi.v9i1.4023

Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program amos 24.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gojek. (2024). Tarif Gojek per KM, Harga, dan Biaya Untuk Layanan GoRide Saat Jam Sibuk. Gojek.Com. https://www.gojek.com/blog/goride/tarif

Grab. (2022a). Bantu Jaga Pendapatan Pengemudi dan Penghematan Konsumen, Grab Imbangi Kenaikan Tarif dengan Layanan Baru serta Promo Ekonomis. Grab.Com. https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/grabbikehematpromodiskonngegas/

Grab. (2022b). Grab Indonesia – Pertumbuhan Mitra Grab Driver Merata Hingga ke Seluruh Indonesia. Grab.Com. 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. (2019). Multivariate Data Analysis (Sixth Edition). In Cengange Learning, EMEA (Vol. 19, Issue 3). Annabel Ainscow. https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem). In Sage.

Haryana, M. R. A. (2024). Does Perceived Value Accompanied By Satisfaction Influence Gojek'S Customer Loyalty? Jurnal Fairness, 14(2), 76–86. https://doi.org/10.33369/fairness.v14i2.36607

Haryono, S. (2017). Metode sem untuk penelitian manajemen dengan amos, lisrel, dan smart pls (H. Mintradja (ed.)). Luxima Metro Media.

Hastuti, R. K. (2019). Terungkap! Ini Alasan Ojol Maxim Berikan Tarif Murah. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191227155223-37-126096/terungkap-ini-alasan-ojol-maxim-berikan-tarif-murah

Hayes, B. . (2008). Measuring customer satisfaction and loyalty : survey design, use, and statistical analysis methods (P. O'Mara (ed.); third edit). ASQ Quality Press.

Heni Nastiti, Jenji Gunaedi A, & Dewi Cahyani Pangestuti. (2023). Analysis of the customer's loyalty of the online transportation service Gojek. International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478), 12(5), 17–29. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2570

Hidajat, C. C., & Tanamal, R. (2024). Expectation-Confirmation Model dengan Extended variable Adaptation dan Trust pada Penggunaan Go Send. 7(2), 203–212.

Hikaru, D., Purba, J. T., Budiono, S., Rajagukguk, W., & Adirinekso, G. P. (2021). Measurement of Brand Image, Price, Promotion, Ease of Use and Satisfaction to Customer Loyalty of on line Transportation in Urban Area. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 1243–1254. https://doi.org/10.46254/SA02.20210556

Idris, M. (2022). Mengenal Maxim Sebagai Pesaing Gojek dan Grab. https://money.kompas.com/read/2019/12/23/133928126/mengenal-maxim-penantang-baru-gojek-dan-grab?page=all

Irawan, M. Z., Bastarianto, F. F., Dewanti, Sugiarto, S., & Rizka Fahmi Amrozi, M. (2021). Measuring the perceived need for motorcycle-based ride-hailing services on trip characteristics among university students in Yogyakarta, Indonesia. Travel Behaviour and Society, 24(April 2020), 303–312. https://doi.org/10.1016/j.tbs.2021.05.005

Ismet, R. A., & Patrisia, D. (2025). The influence of perceived value , customer trust , and price on switching intention through customer satisfaction in online transportation services : a case study of maxim application among generation Z in Padang. 9(1), 369–376. https://doi.org/10.36526/js.v3i2.5050

Iwan Hartono, St Maryam H, & Mukhtar T Syarkawi. (2023). Analisis Faktor yang

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Daring Kota Makassar. Jurnal Flyover, 03(01), 36–44.

Kamal, M. I. H. (2021). Profil Pengguna, Tujuan Perjalanan, Dan Faktor Pendorong Penggunaan Ojek Online Di Yogyakarta. Jurnal PenSil, 10(2), 61–67. https://doi.org/10.21009/jpensil.v10i2.18264

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, & Keputusan. (2022). Pedoman perhitungan biaya jasa penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi.

Kevin, & Anandya, D. (2021). The effect of service quality, perceived value, and customer trust towards customer loyalty on online transportation Gojek in Surabaya. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 20(1). https://doi.org/https://doi.org/10.24123/jmb.v20i1

Kosasih, W., Sriwana, I. K., & Adhesi, R. (2020). Integrasi E-Servqual, Model Kano, dan Hoq dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online. Jurnal Rekayasa Sistem Industri, 9(3), 163–170. https://doi.org/10.26593/jrsi.v9i3.4043.163-170

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (S. Wall (ed.); 15 Global). Pearson Education Limited.

Kotler Philip, K. L. K. (2016). A Framework For Marketing Manajemen (W. Stephanie (ed.); Sixth Edit). British Library Cataloguing. http://eprints.upjb.ac.id/id/eprint/167/1/A Framework for Marketing Management by Philip T Kotler%2C Kevin Lane Keller %28z-lib.org%29.pdf

Kumparan. (2022). Sejarah Gojek dan Perkembangannya dari Masa ke Masa. Kumparan.Com. https://kumparan.com/berita-terkini/sejarah-gojek-dan-perkembangannya-dari-masa-ke-masa-1zAYkqSP4I8/2

Lady, R. F., & Minah, R. (2022). Pengaruh experiental marketing, kualitas pelayanan, dan driver attitude terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Grab Dikota Mataram. Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism, Vol 3 No 1. https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jseit.v3i1.1333

Langkamau, Y., Lay, E., Messakh, A., & Isliko, T. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan jasa transportasi online Maxim Kota Kupang). Jurnal Bisnis Dan Manajemen. leName=Caitlin+Destiani&utm_source=chatgpt.com

Lorensia, S., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Gojek di Yogyakarta. Ekonomis: Journal of Economics and Business, 7(2), 816.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.934

Manihuruk, E., & Rustam, T. A. (2024). Pengaruh keamanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Maxim di Kota Batam. SCIENTIA JOURNAL Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1(938), 6–37.

Maxim. (2019). Tarif Maxim. Id.Taximaxim.Com.

Maxim. (2020). Pertumbuhan Pengguna Maxim. Maxim. https://id.taximaxim.com/blog/2020/03/1795-selama-1-tahun-pertumbuhan-pengguna-maxim-naik-hingga-31-kali/

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. The Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

Meirina, O. A., & Hidayat, D. S. (2022). Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Jembatan Memperkuat Loyalitas Atas Layanan Jne Express. Jurnal Magisma, X(1), 45–59. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SJME-07-2022-0159/full/html

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. The Journal of Marketing (JM).

Nalibratawati, R., Putri, K. P., & Hamidah, F. N. (2024). Analisis masalah dan tantangan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan di Pt. Agung Solusi Trans: strategi komunikasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Jurnal Manajemen Jurnal Manajemen, 8(1), 16–30.

Nevo, D. (2012). Expectation confirmation theory. IS Theories, 62(4), 1980. http://istheory.byu.edu/wiki/Expectation_confirmation_theory

Nusantara, R. A., Sumaryanto, & Suddin, A. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan persepsi Reputasi terhadap Loyalitas menggunakan Jasa Ojek Online (Survei pada Pelanggan Go-Jek Kota Solo). Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 18(3), 473–478.

Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. Journal of Retailing., 57(3), 25–48. https://doi.org/info:doi/

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty ? Journal of Marketing, 63(Special Issue 1999), 33–44.

Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (1988). Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Jurnal Of Retailing, 64(September 2014), 12–35.

Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Penguatan Kepuasan

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Model Hubungan E-Service Quality Dan E-Loyalty Pada Konsumen Go-Jek Dan Grab. Sosiohumaniora, 21(3), 237–246. https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491

Putra, F. F. T., & Nio, S. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Padang. Al-DYAS, 3(1), 356–363. https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i1.2694

pwc. (2023). PwC Customer Loyalty Executive Survey 2023. Converting disconnects into loyalty opportunities,. Pwc. https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/business-transformation/library/building-customer-loyalty-guide.html

Rachbini, W., Anggraeni, D., & Febrina, D. (2020). Effect of Service Quality on Customer Loyalty through Satisfaction, Perceived Value, and Customer Engagements (Study on Indonesian Ride-Hailing Online). Advances in Social Sciences Research Journal, 7(10), 300–310. https://doi.org/10.14738/assrj.710.9204

Rahman, S., Santoso, P. H., Stevanie, S., & Rusmansyah, W. (2021). The Influence of Trust, Innovation, and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty on Gojek Customers. Kewirausahaan Dan Bisnis, 65(1), 65–77. http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index

Ricardianto, P., Ikhsan, R. B., Suryobuwono, A. A., Setiawan, E. B., Raharjo, E. P., Rahandi, R., & Cahyadi, D. (2024). What makes consumers attitudinal loyalty on ride-hailing services? An investigation Indonesian consumers' perceived safety in using ride-hailing apps. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 10(2). https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100306

Rifaldi, R., Kadunci, K., & Sulistyowati, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. EPIGRAM (e-Journal), 13(2), 121–128. https://doi.org/10.32722/epi.v13i2.819

Rohwiyat, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan ojol Maxim terhadap loyalitas pelanggan melalui corporate image sebagai variabel mediasi (survey pada mahasiswa di Surakarta). Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, 9(2), 20–31. https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.517

Rohwiyati. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan ojol Maxim terhadap loyalitas pelanggan melalui corporate image sebagai variabel mediasi. Ekonomi bisnis dan kewirausahaan, vol. Ix, n.

Rosidah, D. A., & Oetarjo, M. (2022). Online Ojek Satisfaction: Brand, Trust, and Service Quality Influence. Academia Open, 7.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY PERPUSTAKAAN BANDA ACEH

https://doi.org/10.21070/acopen.7.2022.3169

Saragih, L. S., Putriku, A. E., Simbolon, Y., Permata, S., & Handayani, S. (2024). Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Faktor Penentu Loyalitas pada Layanan Transportasi Online Grab di Kota Medan. Student Scientific Creativity Journal, 2(4), 87–92. https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i4.3396

Sari, B. R., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek (Go – Ride) Studi Pada Mahasiswa Kota Yogyakarta. ECo-Buss, 6(3), 1564–1576. https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1230

Sauri, S., Husna, D. H., Ahmad, Z., & Hairullah, F. (2024). Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim Di Kota Banjarmasin: Peran Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan. Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah, 5(1), 106–120.

Su, D. N., Nguyen-Phuoc, D. Q., & Johnson, L. W. (2021). Effects of perceived safety, involvement and perceived service quality on loyalty intention among ride-sourcing passengers. Transportation, 48(1), 369–393. https://doi.org/10.1007/s11116-019-10058-y

Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. Journal of Business and Banking, 9(2), 323. https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mix methods) (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

Suhartanto, D., Clemes, M., Februadi, A., Suhaeni, T., & Christabel Loveldy, Z. A. (2020). Modelling Passenger Loyalty towards App-based Motorcycle Taxi. Asian Academy of Management Journal, 25(1). https://doi.org/10.21315/aamj2020.25.1.3

Sulistiyowati, W. (2018). Kualitas layanan: teori dan aplikasinya. In Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1).

Sundariningsih, P., Othman, K., & Ningrum, N. K. (2021). The Effect of Value Perception and Satisfaction Towards Loyalty of Gojek Customers in Yogyakarta. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN), 4(2), 160–171. https://doi.org/10.31002/rn.v4i2.3798

Sundariningsih, P., Othman, K., Ningrum, N. K., Tamansiswa, U. S., Mara, U. T., & Naskah, I. (2021). The Impact Of Perceived Value, Satisfaction, and Culture on Gojek Customer Loyalty in Yogyakarta During Covid-19 Pandemic. Jurnal Manajemen Dewantara, 5(1), 48–61.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

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

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, Quality & Satisfaction (edisi 4). CV Andi Offset. https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205209/service-quality-and-satisfaction

Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 11(4), 822–829. https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970

Vindiana, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Go-Ride di Kota Tangerang Selatan Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal IPTEK, 7(1), 9–17. https://doi.org/10.31543/jii.v7i1.216

Wahyuni, I., Kusumaningtyas, D. P., Mahdani, H. B., & Wibowo, D. P. P. (2024). Relationship Between Customer Perceived Value, Service Quality, Brand Trust, and Customer Retention in the Retail Industry. International Journal of Business, Law, and Education, 5(2), 2816–2826. https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.943

Wardhana, A. (2020). Consumer Behaviour in Era digital 4.0. In M. Pradana Ph.D (Ed.), Jurnal Manajemen Tools (Edisi Indo, Vol. 12, Issue 2). EUREKA MEDIA AKSARA.

Widjaja, W. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Trust dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek di Jakarta Barat. Jtmam, 01(01), 9–16. http://jurnal.pradita.ac.id/index.php/jtmam

Wulandari, P., Dzakiyullah, N. R., Ratnasari, A., & Heksaputra, D. (2024). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi MAXIM terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode E-Service Quality. Jurnal Sisfokom, 13(1), 65–72. https://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/sisfokom/article/view/2226

Yapp, E. H. T., & Yeap, J. A. L. (2020). Influence Of Perceived Value On Satisfaction And Continuance Usage Intention: E-Hailing Services. Social and Behavioural Sciences, 527–537. https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.10.47

Yeridha, R. A. P., Kuleh, Y., & Sampeliling, A. (2019). Pengaruh persepsi nilai pelanggan dan brand image terhadap loyalitas pelanggan jasa ojek online go-jek di samarinda Effect of customer value perceptions and brand image on customer loyalty of online motorcycle taxi services go-jek in samarinda. Jurnal Manajemen, 11(1), 96–101.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Yolanda, Y., Yudhira, A., & Yunita, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim pada Mahasiswa Universitas Tjut Nyak Dhien. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 6(1), 196–202. https://doi.org/10.34007/jehss.v6i1.1787

Yurindera, N. (2024). Dampak Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan pada Layanan Transportasi Ojek Online. 8(2), 41–47.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. Journal of Marketing, 52(3), 2. https://doi.org/10.2307/1251446

Zudhy, M., Fawzan, F., & Sugiarto, S. (2021). Mengukur kebutuhan yang dirasakan terhadap layanan pemesanan kendaraan berbasis sepeda motor pada karakteristik perjalanan di kalangan mahasiswa di Yogyakarta , Indonesia. 24(April 2020), 303–312.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA