

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *KEPUASAN PELANGGAN & PENCAPAIAN BRAND TRUST* - Iendy Zelvian Adhari - Google Books.
- Agustiono, A., Listyorini, S., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Masyarakat Semarang Pengguna LinkAja). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 244–256. <https://doi.org/10.14710/JIAB.2022.34564>
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60. <https://doi.org/10.37641/JIPKES.V2I1.586>
- Apriyani. (2021). *inDriver Asal Rusia, Siap Ramaikan Bisnis “Ojol” di Indonesia* | Infobanknews. <https://infobanknews.com/indriver-asal-rusia-siap-ramainkan-bisnis-transportasi-online-di-indonesia/>
- Asman, R., & Ma'ruf. (2020). *Effect Of Customer Value On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction*. 9(1).
- Bingkai, J., Kuncoro, A., Suroso, I., & Gunawan, I. (2021). *JurnalBingkai Ekonomi*. 6(1), 72–83.
- Chrystiantari, M. C., & Suyanto, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Customer Perceived Value E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 215–224. <https://doi.org/10.52160/EJMM.V4I2.341>
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan* - Google Books. Deepublish.
- Dewi, T. U., Nur, P., & Nugroho, A. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Institut Français Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis*, 3(2), 30–39. <https://doi.org/10.0301/JTTB.V3I2.80>
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). *PENGARUH PERSEPSI*

- Kualitas, Nama Merek Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2). <https://doi.org/10.32528/JSMBI.V8I2.1786>
- Erawati, H. S. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada Bisnis E-Commerce. *INSPIRASI: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2), 304–315.
- Fahima, J., Hardini, R., Digdowiseiso, K., & Nasional, U. (2023). *The Influence Of Customer Experience , Customer Value And Customer Satisfaction On Grab Online Transportation Customer Loyalty On*. 4(1), 193–206. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.811>
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada Pt Semen Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecomentcont Global*, 3, 79–94.
- Hanifah, A., Octaviani, T., Riono, S. B., Syaifulloh, M., & Ikhwan, S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Jamu Tolak Angin Cair Di Toko Nirmala Brebes. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 76–95. <https://doi.org/10.59031/JMSC.V1I4.362>
- Holbrook, M. B. (1994). The Nature of Customer Value: An Axiology of Services in the Consumption Experience. *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, 21–71. <https://doi.org/10.4135/9781452229102.N2>
- Huda, N. (2022). Mengupas Industri Transportasi dan Logistik Online di Indonesia Pasca Pandemi. *Indef*, 18, 4. <https://indef.or.id/>
- Ilhamsyah, I., Mulyani, A., & Oktariansyah, O. (2021). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket OMI Koperasi Universitas PGRI Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(1), 80–99. <https://doi.org/10.31851/JMWE.V18I1.5589>
- Jabbar, M. Y., Kindangen, P., & Gunawan, E. (2023). Intention To Repurchase Indrive As Online Transportation: the Role of Perceived Ease of Use and Price Perception (Study on Young People in Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 981–989.

<https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52336>

Kasiha, W. N. T., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Brand Experience, Affective Commitment , dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Cafe Ngopi Jo Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 644–655. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49963>

Maisa, A. H., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia (Survey Pada Konsumen Tokopedia di Kota Bandung) The Effect of Service Quality and Trust on Tokopedia Loyalty. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6561–6571.

Manurung, W. A., & Zuliestiana, D. A. (2020). *the Effect of Customer Experience and Customer Value Influence Customer*. 7(1), 268–278.

Manzano, B. S. (2024). *Service Quality and Customer Perceived Value as Predictors of Cooperative Members Satisfaction*. 24(9), 411–424.

Mokalu, P. C. C., Massie, J. D. D., Christa, P., Mokalu, C., Massie, J. D. D., Mandagie, Y., Ekonomi, F., Bisnis, D., Universitas, J. M., & Ratulangi, S. (2019). Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2771–2780. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V7I3.23741>

Mokoagouw, S. E. A., Massie, J., & Wenas, R. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 6(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/20142>

Nafiah, K. L., & Trihudiyatmanto, M. (2021). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Brand Image Dan Experiential Marketing. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 61–73. <https://doi.org/10.36596/EKOBIS.V9I1.487>

Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1).

<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom>,

Priliandani, S., Pengaruh Kepercayaan Merek, Et., Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan, P., Mutiara Priliandani, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(2). <https://doi.org/10.35794/JMBI.V9I2.43049>

Purnama, S. F. (2019). Pengaruh Service Convenience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Atlas Sport Club Surabaya. *Agora*, 7(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/9119>

Rompas, J. J. L., Mananeke, L., & Worang, F. G. (2020). Customer Relationship Management Dan Customer Value Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Kredit Komersil Pt. Bank Sulutgo Kantor Cabang Utama Manado. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(2). <https://doi.org/10.35794/JMBI.V7I3.30297>

Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Saputra, A. W. T., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Pengalaman dan Trend terhadap Keputusan Pembelian Produk Apparel Motor “Prostreet” di Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 740–762.

Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>

Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji

- Asumsi Klasik pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.JRAS.2023.2.2.10792>
- Shukla, A., Mishra, A., & Dwivendi, Y. K. (2023). *Expectation Confirmation Theory: A review*.
- Simanjuntak, D. C. Y., & Purba, P. Y. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 289–300. <https://doi.org/10.26905/JBM.V7I2.4795>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/10.46975/ALIANSI.V17I2.428>
- Soliha, E., Maskur, A., Widyasari, S., & Ariyani, E. (2021). *The Effect of Trust and Customer Value on Loyalty: An Empirical Study in Indonesia*. 8(5), 1001–1010. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.1001>
- Sudiyono, K. A., Utomo, P., & Severesia, C. (2022). *Factors Affecting Customer Loyalty and Satisfaction on B2B Food and Beverage Sector*. 3(9), 627–640. <https://doi.org/10.47153/jbmr39.4552022>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*. In Alfabeta, CV (Issue April).
- Suryatenggara, G. M., & Dahlan, K. S. S. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Price on Customer Loyalty in Gojek Through Customer Satisfaction (Study on Gojek Apps Users in Jabodetabek). *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 171. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3866>
- Sya'idah, E. H., Jauhari, T., Fauza, I. N., & Safitri, M. N. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(3), 204–216. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1000>
- Syukri, A. (2018). Hal (1-20) @Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang. *Jurnal Semarak*, 1(2).
- Tamadesha, A. (2018). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Starbucks Bandung. *Journal of Accounting and*

Business Studies, 3(1), 18. www.topbrand-award.com

Tamamekeng, K. J. P., Moniharapon, S., & Roring, F. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Komitmen Afektif, Dan Brand Experience Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen J&T Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(01), 237–248. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V12I01.53521>

Tamonsang, M., & Amalia, E. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Nilai Pelanggan (Customer Value) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Krupuk Rambak Kulit Sapi Magetan (Studi Kasus pada Pelanggan Perusahaan Krupuk Rambak Kulit Sapi Cap Sapi Lancar di Desa Mojopurno Kota Magetan). *Pragmatis*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v2i1.2020>

Tarigan, H. I., Manurung, Y., & Marpaung, W. (2019). Loyalitas Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v3i1.1285>

Triandewo, M. A., & Yustine. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/JBA.V22I1.743>

Tunru, A. A., Ilahi, R., & Hikmah, N. (2019). Analisis Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Di SDN 027 Samarinda Ulu Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan IPS*, 4(2), 53–60.

Urdea, A., & Constantin, C. P. (2021). *Exploring the impact of customer experience on customer loyalty in e-commerce*. <https://doi.org/10.2478/picbe-2021-0063>

Usvela, E., Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife*. 5(2), 300–312.

Vitram, K. L., Rasa, M. I., & Harto, S. (2023). Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah. *Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 44–54. <https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5765>

- Wahana, V., Siregar, R. T., Harahap, K., & Putri, D. E. (2019). Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(2), 97–109. <https://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/122>
- Wuisan, D., & Elton, K. (2021). *The Effect of Experience Quality , Customer Perceived Value and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Outdoor Restaurant During the Covid-19 Pandemic*. 511–519.
- Yanwar, B. L., Hadi, E. D., & Anggarawati, S. (2021). Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Di Indonesia [Society Behavior in Using Online Ojek Services in Indonesia]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 16(1), 55. <https://doi.org/10.19166/derema.v16i1.2747>
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.
- Zebuah, A. J. (2018). Analisis Identitas Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 61–68. <https://doi.org/10.9744/PEMASARAN.12.2.61-68>