DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, L. anretti, HS, S., Retnandari, P. M. I. N. S. D., Wulandari, Sinambela, A. H. P. S., Mansur, Hamzah, T. Z. A. A., Firmansyah, H., Rismadi, S. A. B., Purba, S., Gazi, & Ibnu. (2021). Metode Penelitian & Analisis Data Comprehensive. In *Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati Anggota*. Insania.

Arvian, M. F. V., Slamet, A. R., & Rahman, F. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Presepsi Harga Dan Digital Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Malang). *e-Jurnal Riset Prodi Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma*, *13*(01), 830–840. https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/27872

Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (8th Ed)*. Pearson Education Limited.

Darman, & Mooduto, W. I. S. (2018). *Statistik Penelitian Pendekatan Praktis Menggunakan SPSS dan SmartPLS*. CV. Nas Media Pustaka.

Februara, M. S., Arindri, E. E., Simamora, I. B., Sihombing, S. M., & Hidayati, D. A. (2024). Perkembangan Transportasi Ojek Online dan Pengaruhnya Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi di Bandarlampung. *SOSIETAS*, *14*(1), 31–42. https://doi.org/10.17509/sosietas.v14i1.70447

Fernando, E. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Dompet Digital Shopeepay Di Jakarta*. 1–11. http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4001

Firmansyah, A., & Rozza, S. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Akses, dan Sales Promotion pada Aplikasi Byond terhadap Loyalitas Nasabah BSI. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, *6*(1). https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/SNAM/article/view/5593

Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Penerbit Erlangga.

Hardiyanah, T., Hidayati, R., Nasution, A. H., Muslikh, & Marhamah, S. (2022). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada CV Laditri Karya. *Journal of Accounting, Management, and Economics Research*, *1*(2), 75–92. https://www.researchgate.net/publication/367475833_Pengaruh_Content_Marketing_Sales_Promotion_Personal_Selling_Dan_Brand_Image_Terhadap_Minat_Beli_Pada_CV_Laditri_Karya

Hilmawati, I., & M, S. E. (2022). Pengaruh E-service Quality dan Sales Promotion terhadap Customer Loyalty pada Transportasi Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, *2*(1), 5–10. https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.855

Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Riset Manajemen menggunakan SPSS dan Smart-PLS*. CV. Eureka Media Aksara.

Ibrahim, A., Elisa, F. S., Fernando, J., Salsabila, L., Anggraini, N., & Arafah, S. N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi MyTelkomsel. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, *3*(3), 302–311. https://doi.org/10.47065/bits.v3i3.1076

Jumhadi, J., & Ana Susi Mulyani. (2023). Perkembangan Industri Transportasi Ojek Online si Era 5.0 dari PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, *2*(6), 2393–2402. https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i6.4907

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K., & Manceau, D. (2015). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson France.

Kurniasih, V., Ika Febrilia, & Rahmi. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, *3*(3), 919–933. https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.23

Mahaputra, M. R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Penyedia Jasa Transportasi Online di Kota Tangerang Selatan (Studi Kasus: PT. Gojek indonesia). *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, *1*(1), 29–37. https://doi.org/10.38035/jstl.v1i1.28

Mesra. (2017). *Statistika Ekonomi dan Bisnis*.

Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL : A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, *7*(3), 213–233. https://doi.org/10.1177/1094670504271156

Reazizu, B., & Santika, I. W. (2024). Pengaruh E-Service Quality, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Gojek. *E-Jurnal Manajemen*, *13*(9), 1479–1493.

Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.

Salsyabila, S. R., & Fadilla, A. (2021). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan. *KINERJA*, *18*(4). https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jkin.v18i4.10194

Sande, N. A., & Samanhudi, D. (2022). Analisis Tingkat Kualitas Layanan E-

Commerce XYZ Menggunakan Metode E-Service Quality. *JUMINTEN*, *3*(1), 37–48. https://doi.org/10.33005/juminten.v3i1.365

Sari, E. I. (2021). *Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Sales Promotion Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Grabfood di Kota Lamongan)*. 110. https://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/33/

Setiaman, S. (2020). *Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS Versi 24*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

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

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sumarna, T. F., & Nutjahjadi, E. (2024). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Aplikasi Transportasi Online Grabbike Di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, *09*(01), 386–396. https://journal.unpas.ac.id/index.php/oikos/article/view/11883

Sundaram, V., Ramkumar, D., & Shankar, P. (2017). Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Empirical Study in India Online Business. *KINERJA*, *21*(1), 48–69. https://doi.org/https://doi.org/10.24002/kinerja.v21i1.1034

Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Bobby Digital Center.

Taris, H. S., & Purwanto, S. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Go-Food di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, *7*(2), 449. https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.427

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

Waty, E., Anggraeni, A. F., Apriani, A., Ibrahim, H., Sari, A., Manafe, H. A., Juniarto, G., Nursanti, T. D., & Hadiyat, Y. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis (Teori & Panduan Praktis dalam Penelitian Bisnis)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanty, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV Science Techno Direct.

Zarkasyi, N. A., Supeni, R. I., & Sumowo, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek (Go-Food).

Journal of Economics, Assets, and Evaluation, *1*(1), 1–10. https://economics.pubmedia.id/index.php/jeae/article/view/25