

DAFTAR PUSTAKA

- Adixio, R. F., & L. Saleh, 2013, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Soalaria di Surabaya”, *Journal of Business and Banking*, Vol. 3, No. 2, Hal. 151-164.
- Agyapong, G. K. Q., 2011, “The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in The Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana)”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 5, Hal. 203-210.
- Bahar, A., & H. Sjahrudin, 2015, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang”, *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol. 3, Hal. 14-34.
- Dewa, C. B. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta)”, *Perspektif*, Vol. 16, No. 1, Hal. 1-6.
- Etalase, Pengertian & Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli, <https://etalasepustaka.blogspot.com/2016/08/pengertian-indikator-kepuasan-pelanggan-menurut-para-ahli.html>, diakses pada tanggal 17 November 2018 Pukul 19.30.
- Faradiba, S. R. T. A., 2013, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen”, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2, No. 3, Hal. 1-11.
- Fauzi, Grab Raih Sertifikasi Yang Baru Pertama Kali di Dunia, <https://selular.id/2016/11/grab-raih-sertifikasi-yang-baru-pertama-kali-di-dunia/>, diakses pada tanggal 15 November 2018 Pukul 19.00.
- Ferdinand, A, 2002, “Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 1, No. 1, Hal. 1-11.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grab, Hadir di 100 Kota dari Aceh sampai Papua, Grab jadi Layanan Transportasi dan Pembayaran Terluas di Indonesia, <https://www.grab.com/id/press/business/hadir-di-100-kota-dari-aceh-sampai-papua-grab-jadi-layanan-transportasi-dan-pembayaran-terluas-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 18 November 2018 Pukul 20.30.
- Grabaja, Sejarah Grab, <https://grabaja.wordpress.com/sejarah/>, diakses pada tanggal 15 November 2018 Pukul 14.00.
- Hariyanti, A. D., 2011, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci

- di PT. Kenari Djaja Prima Semarang”, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 10, No. 1, Hal. 47-87.
- Harjati, L., & Y. Venesia, 2015, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala”, *E-Journal WIDYA Ekonomika*, Vol. 1, No. 1, Hal. 64-74.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Izmi, H., Kepuasan Konsumen (*Customers Satisfaction*), <http://hani309.blogspot.com/2016/12/kepuasan-konsumen-customers-satisfaction.html>, diakses pada tanggal 17 November 2018 Pukul 15.30.
- Jahanshahi, A. A., M. A. H. Gashti, S. A. Mirdamadi, K. Nasawer, & S. M. S. Khaksar, 2011, “Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty”, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1, No. 7, Hal. 253-260.
- Kotler, P., & G. Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & G. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & K. L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, & T. Oktarina, 2018, “Pengaruh Kualitas Layananda Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Kota Palembang”, *Jurnal Cendikia*, Vol. 16, Hal. 146-150.
- Lupiyoadi, R., & A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. 2006. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Malik, M. E., M. M. Ghafoor, & H. K. Iqbal, 2012, “Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 23, Hal. 123-129.
- Mustikasari, I., Data Waktu yang dihabiskan Konsumen Indonesia Saat Mengunjungi Toko Online, <https://iprice.co.id/trend/insights/riset-dan-data-waktu-yang-dihabiskan-konsumen-indonesia-saat-mengunjungi-toko-online/>, diakses pada tanggal 17 November 2018 Pukul 15.00.
- Palma, M. A., & A. L. Andjarwati, 2016, “Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 1, Hal. 84-104.

- Parmin. 2017. "Pengaruh Service Quality dan Fasilitas Terhadap Minat Berobat Kembali Melalui Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening di RSUD dr. Soedirman Kebumen". *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBIMA)*, Vol. 5, No. 2, Hal. 122-136.
- Peter, J. P., & J. C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening". *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 1, Hal. 1-12.
- Resti, D., & H. Soesanto, 2016, "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra di Pati", *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 1, Hal. 1-12.
- Riduwan & E. A. Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, N. N., Profil Singkat Grab, <http://nitinovitasr.blogspot.com/2016/10/profil-singkat-grab.html>, diakses pada tanggal 15 November 2018 Pukul 16.00.
- Savitri, I. A. P. D., & I. M. Wardana, 2018, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 10, Hal. 5748-5782.
- Schiffman, L. G., & L. L. Kanuk. 2004. *Consumer Behavior*. Unites State of America: Prentice Hall.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyanti, E. P., Layanam GrabCar dan GrabBike tumbuh hingga 250 kali sejak pertengahan 2015, <https://id.techinasia.com/paparan-bisnis-grab-semester-pertama-2016>, diakses pada tanggal 15 November 2018 Pukul 13.30.
- Shifu, PT GRAB INDONESIA : Visi, Misi Grab Beserta Sejarahnya, <https://visimisi95.blogspot.com/2018/08/visi-misi-profil-grab.html>, diakses pada tanggal 20 November 2018 Pukul 19.00.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publising.

_____, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & G. Chandra. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Top Brand Index, Top Brand Index 2018 Fase 2, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_2, diakses pada tanggal 15 November 2018 Pukul 13.00.

Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, & D. D. Gremler. 2009. *Service Marketing*. 5th edition. Unites State of America: Mc Graw Hill.