DAFTAR PUSTAKA

Agustina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, *53*(9), 1689–1699. https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf

Ali, N., Javid, M. A., Campisi, T., Chaiyasarn, K., & Saingam, P. (2022). Measuring Customers' Satisfaction and Preferences for Ride-Hailing Services in a Developing Country. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(22). https://doi.org/10.3390/su142215484

Amalia, A. G. R., & Fahrudi, A. N. L. I. (2021). The Relationship Between Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Perceived Loss of Control with User Satisfaction in Mandatory Setting. *Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Public and Business Administration (AICoBPA 2020)*, *191*(AICoBPA 2020), 171–173. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210928.034

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.

Aprilliani, A. N., Suarna, I. F., & Nusantara, I. (2024). *Pengaruh customer experience, security dan trust terhadap customer loyality transportasi online maxim di kota bandung*. *6*(4), 132–149.

BPS. (2020). https://setkab.go.id/hasil-sensus-penduduk-2020-bps-meski-lambat-ada-pergeseran-penduduk-antarpulau/?utm_source=chatgpt.com

Campbell, C. (2025). *Time.com*. https://time.com/7210468/arsen-tomsky-indrive-ceo-interview-profile-injustice-capitalism-business-model

Chasanah, N. U., Ashlihah, A., & Firmansyah, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Gojek (Studi Pada Mahasiswa Unwaha). *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, *2*(1), 52–72. https://doi.org/10.32764/izdihar.v2i1.2553

Cipta, L. P. S. W., & Ariana, I. K. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan, Dan Kepuasan Aplikasi Whatsapp Bisnis Terhadap Kualitas Pelayanan KPKNL Denpasar. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, *6*(1), 98–103. https://doi.org/10.33330/jurdimas.v6i1.1791

Darjanto, M. S. (2024). PERSEPSI PENGGUNA TERHADAP KELEBIHAN DAN KELEMAHAN INDRIVER DALAM KONTEKS PERSAINGAN TRANSPORTASI

ONLINE DI KOTA SURABAYA. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*.

Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. *Management*, *Ph.D.*(January 1985), 291. https://doi.org/oclc/56932490

Dirgantara, H. R., Ripqi, M., Indriyani, N., Fitra, F., Fajarwati, K., Nailussaadah, S., & Mulyanti, K. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Merek Grab Pada Mahasiswa UNISMA Bekasi. *Neraca Manajemen*, *6*(11).

Ghozali. (2016). *Aplikasi Anlisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. BPFE Universitas Semarang.

GoodStats. (2024). *Sosial Transportasi Online Sebagai Teman Setia Anak Muda di Era Modern*. Hal ini sejalan dengan hasil survei GoodStats (2024) yang menunjukkan bahwa 28,85%25 anak muda di Indonesia menggunakan transportasi online 3–5 kali dalam seminggu

Hafidhuddin, M. A., & Nurul Azizah. (2023). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Service Quality on Continuance Intention with Satisfaction as an Intervening Variable (Study of Indrive Application Users in Surabaya). *International Journal of Economics (IJEC)*, *2*(2), 794–803. https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.717

Hanika, I. M., Nani, N., Widowati, D., & Sudirman, A. (2023). Analysis of Online Transportation Customer Satisfaction in View From Brand Image, E-Service Quality and Security Factors. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *11*(1), 97–107. https://doi.org/10.37403/sultanist.v11i1.505

Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, *5*(4), 465–480. https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i4.478

Jatimoyo, D., Rohman, F., & Djazuli, A. (2021). The effect of perceived ease of use on continuance intention through perceived usefulness and trust. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, *10*(4), 430–437. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i4.1223

Jonathan Wijaya, M., & Jaolis, F. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Ease of Use Terhadap Usage Intention Aplikasi Indrive. *Jurnal Branding and Digital Marketing*, *xx*, *No. x*(x), xx–xx. http://petra.id/SurveyInDrive

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

Kompasiana. (2024). Aplikasi inDrive Error, menghambat konsumen. *Kompasiana*. https://www.kompasiana.com/habibahsalimah3787/66876fa9c925c47ab66e7b22/aplikasi-indriver-error-menghambat-konsumen

Komunika. (2022). *Buntut Pelecehan Pengemudi InDriver di Manado, Pemerintah Didesak Tertibkan Aplikator Tak Berbadan Hukum*.

Manurung, M., & Simamora, B. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online Grab pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, *4*(01), 66–73. https://doi.org/10.47709/jpsk.v4i01.3934

Mediakonsumen.com. (2023). *Pelayanan inDrive Mengecewakane*. https://mediakonsumen.com/2023/12/14/surat-pembaca/pelayanan-indrive-mengecewakan

Muliawan Hendarto Kusumo, & Imron Rosyadi. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, *16*(1), 50–67. https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876

Octaviani, V. A., & Runi, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, *21*(1). https://doi.org/10.51826/fokus.v21i1.731

Oto.detik.com. (2022). *Susah Move On, Banyak Orang Tetap Naik Ojol Meski Tarif Naik*. https://oto.detik.com/berita/d-6286329/susah-move-on-banyak-orang-tetap-naik-ojol-meski-tarif-naik

Permatasari, B. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca. *Journals of Economics and Business*, *2*(2), 1–16. https://doi.org/10.33365/jeb.v2i2.112

Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengarui Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Revie Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(6), 582–591.

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen

Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *2*(4), 516–524. https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461

Rendi Indra1, Ikhbal Akhmad 2, H. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Go-Jek Indonesia, Cabang Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, *9*(2), 462–468. https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1305

Retno Mulatsih, Eki Muhammad Zafar, S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN PEMBELIAN TIKET MENGGUNAKAN APLIKASI, TARIF DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENUMPANG DALAM MEMILIH ANGKUTAN TRANSPORTASI*. *4*(November), 124–134. https://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/article/view/397

RM.id. (2022). *Pengemudi Ojek Online Tak Hanya Berasal Dari Pengangguran*. https://rm.id/baca-berita/nasional/143772/catatan-djoko-setijowarno-pengemudi-ojek-online-tak-hanya-berasal-dari-pengangguran?utm_source=chatgpt.com

Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(1), 104–114. https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707

Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, *8*(1), 206–211. https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644

Siregar, D. F., Putra, R. D., Apriliza, Y., Utara, U. S., & Kepercayaan, T. (2024). *Pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan gojek dengan tingkat kepercayaan sebagai variabel moderasi*. *9*(204), 3298–3319.

Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *3*(3), 66. https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sumarsid dan Atik Budi Paryanti. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, *12*(1), 70–83. https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867

suri amilia, m. oloa. A. N. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, *6*(1), 660–669.

Suryani, D., Ermansyah, E., & Alsukri, S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived

Usefulness dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, *1*(1), 11–19. https://doi.org/10.57152/ijbem.v1i1.171

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

Syafi'i, A., & Bagus, I. (2024). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Persepsi Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fitur Gopay Pada Aplikasi Gojek Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Neraca Manajemen Ekonomi*, *4*(1), 108–132.

Tempo. (2017). *Survei UI Temukan Sejumlah Fakta Menarik Soal Angkutan Online*. https://www.tempo.co/digital/survei-ui-temukan-sejumlah-fakta-menarik-soal-angkutan-online-1272801?utm_source=chatgpt.com

Wahyu Prastiwi Umaningsih, & Dewi Kusuma Wardani. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, *21*, 113–119. https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057

wikipedia. (2024). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/InDrive

Wulandari, R., & Susanti, D. N. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Product Features dan Reference Group Terhadap Keputusan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, *5*(2), 199–211. https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i2.442

Yeo, S. F., Tan, C. L., Lim, K. B., Chelvarayan, A., Nasreen, F., & Ng, J. Y. (2025). Satisfaction in App-Based Transportation: Evidence from Grab Users in Malaysia. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, *12*(2), 91–106. https://doi.org/10.33168/JLISS.2025.0206

Yonatan, A. Z. (2023). *Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online?* GoodStats. https://goodstats.id/article/mengapa-orang-indonesia-memilih-transportasi-online-v7ZXx

Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ojek Online Grab. *Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, *2*(4).