

bagaimana perusahaan ini akan tetap berjalan seiring kebutuhan konsumennya yang nantinya akan terus meningkat. Sehingga dapat memperlebar pasar yang dapat memungkinkan untuk menjangkau keinginan/kebutuhan konsumen secara luas dan dalam waktu yang bersamaan.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Penelitian dapat dikembangkan lagi dengan memperluas cakupan penelitian, jumlah responden, model penelitian serta karakteristik yang berbeda, sehingga akan memberikan wawasan baru dan lebih luas.
2. Diharapkan agar penelitian selanjutnya memperdalam hasil penelitian dengan menambahkan referensi maupun sumber data yang akurat sebagai penunjang agar bisa menjadi acuan yang lebih baik dimasa mendatang

DAFTAR PUSTAKA

- Amajida, F. D. (2016). Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” Di Jakarta. *Informasi*, 46(1), 115-128.
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258-274.
- Arini, N. (2018, Desember 10). *Sering Membandingkan Harga Transportasi Online? Aplikasi Ini Akan Memudahkan Penggunaanya*. Retrieved Agustus 4, 2019, from Transportasi Online: <https://www.shopback.co.id/blog/transportasi-online-makin-digemari>
- Ardhian, M. (2017, 2 2). *Jumlah Pengguna Grab Melonjak 600 Persen pada 2016*. Retrieved 9 4, 2019, from Transportasi online: <https://katadata.co.id/berita/2017/02/02/jumlah-pengguna-grab-melonjak-600-persen-pada-2016>
- Imara, T. (2019, 4 29). *Go-Jek atau Grab, Pilih yang Mana?* Retrieved 8 4, 2019, from Transportasi: <https://www.kompasiana.com/tasyaimara/5cc5cc99a8bc15745b200dc5/go-jek-atau-grab-pilih-yang-mana?page=all#>
- Ariwibowo, D. P. J., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(1).
- Bachtiar, D. I. (2012). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi*.
- dan Sopiah, S. (2013). Perilaku Konsumen–Pendekatan Praktis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31-40.
- FE UNJ. (2012) *Pedoman Penulisan Skripsi*. Diakses 20 Agustus 2019, dari <http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-SKRIPSI-2012-terakhir.pdf>
- Grab. 2017. Tentang Grab. (Diambil pada tanggal 10 Januari 2018), dari <https://www.grab.com/id/about/>

Gojek. 2019. Cara pesan grab terlengkap. (Diambil pada tanggal 21 Agustus 2019), dari

<https://gojekblog.com/cara-pesan-grabbike-terlengkap-2019/>

Hair, et al, 2014, *Multivariate Data Analysis*, New International Edition., New Jersey : Pearson

Helmi, M. I. (2014). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN (PERCEIVED EASE OF USE) DAN PERSEPSI KEGUNAAN (PERCEIVED USEFULNESS) TERHADAP PENGGUNAAN AKTUAL (ACTUAL USAGE) E-COMMERCE OLX. CO. ID.* Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia.

Isra, J. M., & Trenggana, A. F. M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Uber Car (studi Pada Konsumen Uber Car Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 4(3).

Juniwati, J. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 4(1), 140-156.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*, Pearson Education Limited.

Kristo, F. Y. (2017). Awal mula transportasi online menjamur di Indonesia.

Lee, C. Y., Tsao, C. H., & Chang, W. C. (2015). The relationship between attitude toward using and customer satisfaction with mobile application services: an empirical study from the life insurance industry. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(5), 680-697.

Maisaroh, S., & Mawardi, I. (2015). Analisis Jalur (Path Analysis) DER Terhadap Return Saham. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(10).

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation (Vol. 834)*.

Mandasari, I. A. C. S., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan untuk Membangun Loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(6), 3637-3664.

Messakh, H. W. (2018). PENGARUH KUALITAS E-SERVICE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRAVELOKA MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Agora*, 4(1), 350-356.

- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Gojek Bandung). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Murni, Y., No, J. M. S., & Kembangan, W. J. (2014). ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TRUST, EASINESS IN SHOPPING, PRODUCT QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION TO INCREASINESS IN SHOPPING CONSUMER LOYALTY ONLINE SHOPPING.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Media Studi Ekonomi*, 19(2).
- Pasharibu, Y., Paramita, E. L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 241-266.
- 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*, 13(2).
- Sanaji, P., & Mustofa, A. (2015). The successful implementation of e-budgeting in public university: A study at individual level. *Journal of Advances in Information Technology*, 6(3), 135-140.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sanusi, A. (2011). Metodologi penelitian bisnis.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis website quality, trust dan loyalty pelanggan online shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55-61.
- Soleh, A. N., Harini, C., & Djamaludin, D. (2018). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND TRUST TO CUSTOMER SATISFACTION USERS OF TRANSPORTATION SERVICES ONLINE OJEK (Study on Customers of Gojek in Semarang City). *Journal of Management*, 4(4).
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112-120.

Winayu, N. Y. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Minat Menggunakan E-Commerce Forum Jual Beli Kaskus. Skripsi UNY. Yogyakarta: Tidak diterbitkan.