

Dafar Pustaka

- Akbar, M. M. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29 No.1, 24-38.
- Anandarajan. M., M. I. (2002). IT Acceptance in a Less-Developed Country : A Motivation Factor Perspective. *International Journal of Information Management* Vol. 22, No.1.
- Andriyastuti, S. (2015). Analisis Loyalitas Konsumen Yang Dipengaruhi Kepuasan, Kepercayaan Dan Komitmen Konsumen Studi Pada Pelanggan Transportasi Rosalia Indah, Karanganyar. *Jurnal STEI Ekonomi*, 1-15.
- Arifa, Y. Z. (2016). Examining Dimensions of Electronic Service Quality for Internet Banking Services. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 40, 441-445.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arner, D. W. (2016). The Evolution Of Fintech : A New Post-Crisis Paradigm.
- Arner, D. W. (2016). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm. *University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper No. 2015/047*.
- Ashari, M. H. (1996). *Kamus Psychology*. Surabaya: Usaha National.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (n.d.). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*. Retrieved Maret 5, 2018 from apjii.or.id:
<https://apjii.or.id/survei2017/download/LmtDu6isFnIP2A38aUOfp1WdCQoheH>
- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management (Terjemahan Andreas Winardi)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Best, R. J. (2013). *Market-baed management, strategies for growing customer value and provitability*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bucahri, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Center of Reform on Economics (CORE) Indonesia. (n.d.). *BERITA SATU*. Retrieved Maret 10, 2018 from www.coreindonesia.org:

<http://www.beritasatu.com/digital-life/398025-2016-nilai-ecommerce-indonesia-rp-319-t.html>

- Christopher, M. (1996). *From Brand to Customer*.
- Cronin, J. &. (2000). Measuring Service Quality :A Reexamination and Extention. *Journal of Marketing Vol 5 No 4*, pp 343-368.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Daryanto, S. (2014). *In Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Daryanto, S. (2014). *Konsumen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Davis, F. D. (n.d.). Perceived usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptence of Information Technology. *MIS Quarterly Vol. 13, No. 3*.
- Dhermmesta, B. S. (1999). "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti". *Vol. 14*.
- Djamaris, A., & Wahyudi, D. (2018). *Metode Statistik untuk Ilmu Teknologi Pangan*. Jakarta: Penerbitan Universitas Bakrie.
- Edgar, M. &. (2009). Why and How Service Quality perceptions Impact Customer Responses. *Journal of Managing Service Quality, Vol. 19, No. 4*.
- Farida, J. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terbaru*. Bogor, Indonesia: Ghalia.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmanata, A. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Hambatan Beralih Merek terhadap Kesetiaan Pelanggan Pada Produk IM3.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief Attitude, Intention and Behavior*. London: Addison-Wesley.
- Freedman, R. S. (2006). *Introduction to Financial Technology*. London: Elvesier.
- Fullerton, G. &. (2000). *"The Role of Commitment in Service Relationship"*. Kingston, Ontario: School of Business Acadia Universi.

- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multi variate dengan program IBM SPSS 19 edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- GO-JEK. (2017). *Tentang GO-JEK*. Jakarta: www.go-jek.com.
- Hasibuan, M. (2007). *In Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. (2007). *Management Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hehanian., & F. (321). *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Jogianto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampakpada Customer Loyalty Pt Bayu Buana Travel TBK. *Journal The WINNERS, Vol. 14 No. 2*, 104-112.
- Karim, A. M. (2017). Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran GO-PAY menggunakan Technology Acceptence Model terhadap Intensitas Pengguna Layanan GO-JEK.
- Karnoukos, S. (2004). Mobile Payment : A Journey Throught existing procedures and standarization iniciatives. *IEEE Communicstion Surveys & Tutorials, 6(4)*, 44-66.
- Karsono. (2007). Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1*, 93-110.
- Karsono. (2007). Peran Variable Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Management Vol. 1*.
- Kartini, F. (2017, December 18). Berapa Jumlah Pengguna dan Pengemudi GO-JEK.

- Kassim, N. M., A. N. (2010). The Effect of Perceived Service Quality Dimension on Customer satisfaction, Trust and Loyalty in E-Commerce Setting: A Cross Cultural Analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- KBBI, D. p. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kim, E. d. (2003). *Customer's Initial Trust in E-Business: How to Measure Customer's Initial Trust*. Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (11th ed.) (Benyamin Molan, Penerjemah)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. A. (2006). *Principle of Marketing*. Pearson International Edition.
- Kotler, P. K. (2012). *Marketing Managment (14th edition)*. Edinburg: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid I (Edisi ke 13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, J. P. (2012). *Management System: Managing the Digital*. New Jersey: PrenticeHall.
- Liebana Cabanillas, F. S. (2014). The moderatingeffect of experience in adoption of mobile payment tools in virtual social networks : The m-Payment Acceptence Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). *Intenational Journal of Information Management*, 151-166.
- Liu, J. K. (2015). competition, cooperation and regulation. *Understanding the evolution of mobile payments technology ecosystem electronic*.
- LOVELOCK, C. H., & WRIGHT, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Lovelock, C. W. (2007). *Principle of Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lovelock, C. W. (2011). *People, Technology, Strategy 7th edition*. (Pearson, Ed.) Service Marketing.
- Lovelock, C. W. (2011). *People, Technology, Strategy 7th Edition, Service Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Majid, M. (2018). *Mengenal Fintech Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*. Jakarta: Maxmanroe.com.

- Malhotra, N. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation, 6th Ed.* New Jersey: Pearson Education.
- Marketeers Indonesia. (2016, Maret). *Apakah Menyenangkan Berbelanja di Traveloka?* Retrieved Maret 10, 2018 from <http://marketeers.com>: <http://marketeers.com/apakah-menyenangkan-berbelanja-di-traveloka/>
- Mayer, R. D. (1995). *An Integratif Model of Organizational Trust.* Academy of Management Review.
- Moreira, S. d. (2014). The Trust-Commitment Challenge In Service Quality-Loyalty Relationship. *Vol.28.*
- Morgan, R. M. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing.
- Mowen, M. M. (2002). *Perilaku konsumen.* Jakarta: Erlangga.
- Nababan, C. (2016). Go-Jek bakal rangkul lebih banyak bank demi GO-PAY.
- Nelwan. (2015). Analisis faktor-faktor. *Nelwan, 25-43.*
- Nuseir, M. T. (2010). The Effect of E-Service Quality on Customers satisfaction in Banks Operation in Jordan : an Empirical Investigation of Customerse Perspectives. *Int. J. Services, Economics and Management, Vol. 2, No.1.*
- Parasuraman, A. V. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions".
- Parasuraman, A. V. (2005). E-S-Qual: A Multiple- Item Scale for Assesing Electronic Service Quality,. *Journal of Service Research, Vol. 7, No. X,.*
- Parasuraman, A. V. (February 2005). E-S-Qual:A multiple Item Scale of Assesing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research, Vol. 7, No. X, 1-21.*
- Partono. (n.d.). *Kamus Ilmiah Populer.* Surabaya: Arloka.
- Peppers, D. a. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Permana, W. E. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSITAS KELANJUTAN PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE DATA.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk daam penerimaan teknologi dompet elektronik GO-PAY . *Jurnal Siasat Bisnis 21(1), 88-106.*

- Rahmat, H. (2013). Analisis Pengaruh Servqual, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling. *Jurnal Sains dan Seni POMITS*.
- Randi, E. (2018, Maret 06). Tren Perkembangan Mobile Payment di Indonesia.
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rhenald, K. (2000). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti.
- Sabran, A. (2017, May 12). Ini hasil Lengkap Survei Transportasi Online YLKI, 41 Persen Pengguna Pernah Kecewa.
- Santoso, S. (2007). *Buku Latih SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Eleks Media Komputindo.
- Saputro, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sekaran. (2006). *Research Method for Business; Metodologi Penelitian untuk Bisnis Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). *Research Method for Business; Metodologi Penelitian untuk Bisnis Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2007). *Research methods for business : Metodologi penelitian untuk bisnis, edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. B. (2013). *Research Methode for Bussiness . Askill Building Approach. sixth edition*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Setyaningsih. (2014). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Surakarta.
- Shih, Y.-Y. &. (2014). The use of a Decomposed Theory of Behavior to study Internet Banking in Taiwan. *Internet Research : Academic Research Library*.

- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial, Cetakan Kedua*. Bandung: Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial, Cetakan Kedua*. Bandung: Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial, Cetakan Kedua*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistics (5th ed)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Taslim, K. (2015). Analisis Hubungan Antara E-Service Quality Dan Trust Pada Customer Satisfaction Dan Behavioral Intentions Telaah Pada Net Generation Konsumen Lazada Indonesia. . *Universitas Multimedia Nusantara Ultima Management Vol 7. No.1*.
- Taylor, S. T. (1994). An assesment of relationship between service quality and customer satisfaction in the information customers formation: An extention. *Journal of Retailing* 70(2), 193-178.
- Taylor, S. T. (1995). Undestanding information technology usage: A test of competing models. *InformationSystem Research*, 6(2).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis edisi Kedua* . Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Widianto, I. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Journal JMK, Vol. 17, NO. 2*, 351-352.
- Yousafzai, S. Y. (2003). A proposed model of etrust for electronic banking. 847-860.
- Yuliarmi, N. N. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota Denpasar. 9-28.
- Zeitham., & M. (2013). *Service Marketing: Interaction Customer Focus the Firm*,. New York.: McGraw-Hill International Edition.
- Zikmund, W., Babin, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods, 9th edition*. South Western: Cengage Learning.