

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Karim, L. L. (2023). *Manajemen Transportasi*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- [2] Nainggolan, M. (2023, November 4). *Maxim: Analisis Ragam Pengguna dan Rating Tinggi dalam Dunia Transportasi Online di Indonesia*. Diambil kembali dari POROSJAKARTA.COM: <https://www.porosjakarta.com/bisnis/063217297/maxim-analisis-ragam-pengguna-dan-rating-tinggi-dalam-dunia-transportasi-online-di-indonesia>
- [3] Hendriyani, I. G. (2024, Februari 27). Siaran Pers: Menparekraf Upayakan Gorontalo Masuk Jaringan Kota Kreatif UNESCO. Diambil kembali dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif : <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-upayakan-gorontalo-masuk-jaringan-kota-kreatif-unesco>
- [4] Dianing, Q. I. (2019). *Hubungan Antara Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Ojek Online di SMK Negeri 26 Jakarta)*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- [5] Munthe, N. S. (2019). *Tingkat Kepuasan Pengguna Opac Dengan Metode End User Computing Statisfaction (Eucs) Di Perpustakaan Sekolah Tinggi Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Bina Bangsa Getsempena Banda Aceh*. Banda Aceh.
- [6] Kolter, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- [7] Fifi Syammariyah Bawardi, A. R. (2019). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Driver Ojek Online Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)*. Diambil kembali dari Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer: <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/6048/2871>
- [8] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Rao, P. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager (February-March).
- [10] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [11] Aji, I. S. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Smartphone Vivo)*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.