

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Ardianto, K., Azizah, N., Risiko, P., & Kegunaan, P. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.
- Ari, D. P. S., & Putri, F. N. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi E Filling. *PROFIT: JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 16(2), 183–190.
- Edo, J. J. R., & Hendayani, R. (2023). Pengaruh E-Service Quality terhadap Continuance Intention Dengan Perceived Trust, Customer Satisfaction, Attitude, dan Effort Expectancy sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi LinkAja di Kota Bandung). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 102–116.
- Jenifer, A., & Sondari, M. (2023). Kombinasi Teori Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) dalam Penggunaan Fitur Tawar Harga pada Aplikasi Transportasi Online inDrive. *Available at SSRN 4531256*.

- Masdaini, E., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh User Experience, Perceived Quality Dan Perceived Sacrifice Terhadap Behaviorial Intention Dan Costumer Satisfaction Pada Aplikasi Mobile Gojek Di Kota Palembang. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 6(01), 30–44.
- Monica, C., & Briliana, V. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi continuance intention pengguna go-food di Jakarta. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 9(2), 115–126.
- MT, M. A. P., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1).
- Oktania, D. E., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Compatibility Lifestyle terhadap Intention to Use Fitur Social Commerce (Studi Pada Pengguna Media Sosial TikTok). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 255–267.
- Pal, D., Funilkul, S., & Vanijja, V. (2020). The future of smartwatches: assessing the end-users' continuous usage using an extended expectation-confirmation model. *Universal Access in the Information Society*, 19, 261–281.
- Purba, M., Samsir, S., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Niat

Menggunakan Kembali Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 12(1), 151–170.

Ritonga, N., & Ameliany, N. (2022). Pengaruh perceived usefulness terhadap niat menggunakan aplikasi shopee paylater dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1130–1136.

Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Yogyakarta*. Pustaka Baru Press.

Tyas, R. W., & Azizah, N. (2022). Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 126–140.

Waworundeng, J. M. S., & Sandag, G. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Grab dan Gojek di Masa Pandemi Covid-19. *CogITo Smart Journal*, 8(1), 111–121.

Website :

Syarief, I. (2019, Oktober 14). Aplikasi Transportasi Online Indrive Hadir di Surabaya, from

<https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2019/Aplikasi-Transportasi-Online-Indrive-Hadir-di-Surabaya/>

Sayekti, I. (2023, Februari 4). inDrive jadi aplikasi transportasi online dengan pertumbuhan tercepat di dunia 2022, from

<https://pressrelease.kontan.co.id/news/indrive-jadi-aplikasi-transportasi-online-dengan-pertumbuhan-tercepat-di-dunia-2022>