

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019-2020 Q2). *Laporan Survei Internet APJII 2020*. Pontianak: APJII.
- Aulia, C., I Made, A. G., & Yustisia, P. M. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada PT Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata, Vol. 4, No. 1*.
- Dwiki, R. D., Maria, M. M., & Patricia, D. P. (2015). Pengaruh Word of Mouth Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang. *Journal of Management, Vol.1 No.1*.
- Edwin, J., & Felicia, F. K., (2020). Analisa Pengaruh Perceived Quality Dalam Pembentukan Repurchase Intention Melalui Brand Trust Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Strategi Pemasaran, Vol. 7 No. 1*.
- Eva Monica Belopa., (2015). Hubungan Kepercayaan Merek Dan Persepsi Kualitas Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Silver International Clinic Balikpapan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi. Vol. 3, No. 1*.
- Hoffman, D. L., dan T, P, Novak. (1996). *Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations*. Journal of Marketing, Vol. 60, p. 50-68.
- Hudzaifah, & Idris. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Pada Konsumen Samsung Smartphone Di Undip). *Diponegoro Journal of Management, Vol. 7 No. 2*.
- Huthamy, M. P., Johnny T., & Ponirin. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Kembali Produk GOSH Di Kota Palu Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Antara (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tadulako). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako, Vol 3 No. 1*.
- I Made Arya, D., & Gede Bayu, R., (2017). Pengaruh *Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference*, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 6, No. 4*.
- Indah, P., & Vita, B., (2017). Pengaruh *Perceived Ease-Of-Use, Perceived Usefulness, Trust* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Repurchase Intention* (Studi Kasus Pada Website Zalora Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 19, No. 2*.
- Itsarintr, K. (2011). Factor Affecting Positive Word and Mouth and Repurchase Intention: A Case Study of Clothing Retailers in Bangkok. *AU-GSB e-JOURNAL, Vol.4 No.2*.
- Itsna, A. N., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang Pantene (Studi Pada ‘Young Female’ Semarang). *Diponegoro Journal of Management, Vol. 5 No. 3*.

- Iwan, S., (2021). *Riset CLSA: GoFood Lebih Banyak Digunakan Dibanding GrabFood*. Diakses dari <https://www.suara.com/bisnis/2021/02/27/061305/riset-clsa-gofood-lebih-banyak-digunakan-dibanding-grabfood>.
- James, J Zboja and Clay, M Voorhees, (2006). *The Impact of Brand Trust and Satisfaction on Retailer Repurchase Intentions*. *Journal of Service Marketing* Vol. 25/6, P. 381-390.
- Juli Anila Sari., (2020). *Pengaruh Customer Experience, customer Value, dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia.
- Juniwati., (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening Pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 4, No. 1*.
- Leighton, C., (2015). *This Guy Turned Go-Jek From a Zombie Into Indonesia's Hottest Startup*. Diakses dari <https://www.techinasia.com/indonesia-go-jek-nadiem-makarim-profile>.
- MacFarlane, K., (2020). *The intersection of customer experience and trust*. *Taplytics*. Diakses dari <https://taplytics.com/blog/intersection-customer-experience-and-trust/>.
- Made Ayu Swari Oktarini., (2018). Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Repurchase Intention*. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia. Vol. 1, No. 2*.
- Mardian Ailudin, & Devilia Sari. (2019). *The Influence Of Customer Experience On Re-Purchase Intention (Study On Customer One Eighty Coffee Bandung)*. *e-Proceeding of Management, Vol. 6, No. 1*.
- Moch Wildan Arifi. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pakaian Wanita The Executive Di Surabaya*, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Indonesia.
- Most Used Food Delivery App Orders Indonesia 2021*. (2021). <https://www.statista.com/statistics/1149349/indonesia-favorite-food-delivery-apps/>.
- Mowen, John C., and Michael Minor, (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Diterjemahkan oleh Lina Salim Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Muhidin, Sambas A, dan Maman Abdurahman. 2009. Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian, Bandung: Pustaka Setia.
- Muhidin, Sambas Ali dan Abdurahman, Maman. 2007. Analisa Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian. (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS). Bandung: Pustaka Setia.

- Nasermoadeli., Amir., Choon-Ling., Kwek., Maghnati., and Farshad, (2012). *Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention*. International Journal of Business and Management vol.8, No.6 2013. P.128-138.
- Nazlla, P. A., & Youmil, A. (2021). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Pada *Coffe Shop V-Coffee* Di Kota Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, Vol. 2, No. 2*.
- Nyoman Sri, S., Ni Wayan, W., & Ni Putu Merliana, W, S, S., (2020). *The Effect of Experiential Marketing, Social Media Marketing, and Brand Trust on Repurchase Intention in Ovo Applications*. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences. Vol. 7, No. 3*.
- Perilaku Baru Konsumen Indonesia Dalam Bertransaksi Digital di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Gojek*. (2020). <https://ldfebui.org/penelitian/ringkasan-penelitian/perilaku-baru-konsumen-indonesia-dalam-bertransaksi-digital-di-masa-pandemi-covid19-studi-kasus-gojek/>.
- Randika, F., & Ratih, E. K., (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Toraja di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 7 No. 1*.
- Randika, F., & Ratih, E. K., (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Kopi Toraja di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 7 No. 1*.
- Richard, C., & Eugene, T. M. (2017). The Influence of Brand Awareness, Brand Association And Product Quality On Brand Loyalty And Repurchase Intention: A Case of Male Consumers For Cosmetic Brands In South Africa. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR), Vol. 12 Issue 1*.
- Santoso, Singgih. 2002. Analisis Multivariate dengan Menggunakan SPSS 13. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sayyid, A, A., & Hanny, N. (2020). Analisis Pengaruh *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk* Terhadap Keinginan Membeli Kembali Melalui *e-Trust* dan *s-Satisfaction* (Studi Kasus Pengguna Gopay Pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial. Vol. 1, No. 1*.
- See, K. G., Nan, J., & Pei L. T. (2016). The Impact of Brand trust Self-image Congruence and Usage Satisfaction toward Smartphone Repurchase Intention. *International Review of Management and Marketing, Vol.6 Issue 3*.
- Sitepu. 1994. Econometrica. Erlangga, Jakarta.
- Sudaryono. (2011). Aplikasi Analisis (Path Analysis) Berdasarkan Urutan Penempatan Variabel Dalam Penelitian. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*. doi: 10.24832/jpnk.v17i4.36.

Wisnu, P., & Harry, S., (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Ikan Lele UKM Minasari Cikaria Pati, Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran, Vol. 15 No. 3.*