

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 583–589.
- Bhatti, A., & Ur Rehman, S. (2020). Perceived Benefits and Perceived Risks Effect on Online Shopping Behavior With the Mediating Role of Consumer Purchase Intention in Pakistan. *International Journal of Management Studies*, 26(1), 33–54. <https://doi.org/10.32890/ijms.26.1.2019.10512>
- Ghozali. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IDM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2006). *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS* (Issue 1). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek.com. (2020). Gojek Super App: Ojek Online, Taksi Online, Pesan Makan, Kirim Barang, Pembayaran. In *Gojek.Com*.
- Kaligis, W. (2018). Pengaruh Perceived Risk Terhadap Customer Loyalty Melalui Switching Cost. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 221–238. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.800>
- Kamalul Ariffin, S., Mohan, T., & Goh, Y. N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309–327. <https://doi.org/10.1108/JRIM-11-2017-0100>
- Lidwina, A. (2021). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. *2KataData*, April, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Malhotra, N. K., & Agarwal, J. (2002). A Stakeholder Perspective on Relationship Marketing. *Journal of Relationship Marketing*, 1(2), 3–37. https://doi.org/10.1300/j366v01n02_02
- Mindari, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Roti Isi Krim Durian (Jordan Bakery) Di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh. *Jurnal Ekonomika*, 11(2), 46–61. <https://doi.org/10.35334/jek.v11i2.1437>
- Mundir, H. (2013). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In H.Hasanah (Ed.), *A psicanalise dos contos de fadas. Tradução Arlene Caetano*. STAIN JEMBER PRESS.

- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015. *Avatara*, *10*(3), 3–11.
- Ngoc Duy Phuong, N., & Thi Dai Trang, T. (2018). Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, and Customer Satisfaction as Media. *Marketing and Branding Research*, *5*, 78–91.
- Pengguna, P., Indonesia, I., & Bolqiah, M. R. (2020). *Laporan survei internet apjii 2019 – 2020*. 2020.
- Prastiwi, S. K., & Iswari, P. W. (2019). The Roles of Trust within Information Quality and Price to Engage Impulsive Buying Behaviour to Generate Customer's Repurchase Intention: A Case of M-Commerce in Indonesia (GoFood). *KnE Social Sciences*, *2019*, 446–462.
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5391>
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian. *Performa*, *1*(2), 162–170.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, *3*(September), 1617–1625.
- Rejeki, D. S. (2018). Antecedent Perceived Risk Pada Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, *11*(1), 145–160.
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2570>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, *10*(2), 425–444.
- Santoso, S. (2015). *Statistik Parametrik Dengan Spss*. PT. Elex Media Komputindo.
- Subagio, D. P. W., & Rachmawati, D. L. (2020). Pengaruh Endorser terhadap Purchase Intention dengan Perceived Value dan Perceived Usefulness sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Viewer Food Vlogger of YouTube Channel). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *8*(1), 1–11.
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3997>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, Dan R&D* (Vol. 2). Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 5253004, Issue 021). Alfabeta, CV.

- Sugiyono, S. (2010). Metode Penelitian Kebijakan. In *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* (Vol. 53, Issue 9). Alfabeta. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Suhasaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Rafika Aditama.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS.
- Suprihati, Muhammad Tho'in, Sumadi, S. N. (2021). Pendampingan Manajemen Pemasaran Batik Ciprat Karya Penyandang Disabilitas. *Jurnal Budimas*, 3(2), 214–221.
- Suryana. (2013). *Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*.
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>
- Tjiptono. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). RAJAWALI PERS.
- Utami, N. (2020). *Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya terhadap Kualitas Informasi Akuntansi (Survei pada Unit Akuntansi Keuangan pada Bank BUMN di Kota Bandung)*. 12–14.
- Wakhyuni, E., & Andika, R. (2019). Analisis kemampuan, komunikasi dan konflik kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mitha Sarana Niaga. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Wingsati, W. E., & Prihandono, D. (2017). Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(2), 1–11.
- Yandi, D. R., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna E-Commerce Situs Blibli.Com dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3). <https://doi.org/10.24036/jkwmw0279010>

- Yeo, S. F., Tan, C. L., Teo, S. L., & Tan, K. H. (2021a). The role of food apps servitization on repurchase intention: A study of FoodPanda. *International Journal of Production Economics*, 234(2001).
<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108063>
- Yeo, S. F., Tan, C. L., Teo, S. L., & Tan, K. H. (2021b). The role of food apps servitization on repurchase intention: A study of FoodPanda. *International Journal of Production Economics*, 234(December 2020), 108063.
<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108063>
- Yeo, S. F., Tan, C. L., Teo, S. L., & Tan, K. H. (2021c). The role of food apps servitization on repurchase intention: A study of FoodPanda. *International Journal of Production Economics*, 234(August 2020), 108063.
<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108063>
- Zhang, H. M., Peh, L. S., & Wang, Y. H. (2014). Servo motor control system and method of auto-detection of types of servo motors. *Applied Mechanics and Materials*, 496–500(1), 1510–1515.
<https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.496-500.1510>
- Zufatul. (2021). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran Produk Asuransi Syariah Allianz Life Indonesia. *Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 176–190. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i1.859>