

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Daengs Gs, Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7.
- Aini, W. H. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Ojek Online Dan Ojek Konvensional Di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 14–18.
- Andrian, G. P., & Berlianto, M. P. (N.D.). Faktor Yang Memengaruhi Repurchase Intention Pada Layanan Grabfood. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(3), 1272–1284.
- Artana, I. P. W., Wisesa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(4), 369–394.
- Dewi, K. J. R., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Grabfood Pada Masa Pandemi Covid-19. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–9.
- Fadhillah, A., Zebua, Y., & Prayoga, Y. (2021). Analisis Kualitas Informasi, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pada Partisipasi Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Rantauprapat). *Jurnal Institut Penelitian Dan Kritik Internasional Budapest (Birci-Journal) Volume*, 4(2), 3039–3051.
- Febianti, N. E., Septiana, A. S. M., Fauzi, M. N., Kumala, I. W., & Askhar, B. M. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Grabfood Di Kota Lamongan). *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 364–372.
- Feby Evelyn. (2021). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, Viii(1), 1–19.
- Gea, F. I., Gea, N. E., Telaumbanua, E., & Zalukhu, Y. (2024). Analisis Strategi Riset Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm Pasar Yaahowu Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(3), 1895–1904.

- Holdenianda, L. Z., & Achsa, A. (2022). Harga, Promosi, Kredibilitas, Kualitas Website, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Makanan Menggunakan Jasa Grabfood. *Competence : Journal Of Management Studies*, 16(2), 160–169. <https://doi.org/10.21107/Kompetensi.V16i2.18341>
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362.
- Kusuma, A. T., Suarti, A. R., Fitri, E., & Susanty. (2024). *Pengaruh Ease Of Use Dan Information Quality Terhadap Repurchase Intention Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Mataram*. 10(3), 394–401.
- Maharany, A. M., Saidani, B., & Fidhyallah, N. F. (2021). *Pengaruh Kepuasan Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Marketplace X Di Indonesia*. 2(2), 401–416.
- Manurung, R. N., & Hadian, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Oline Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 106–118.
- Patma, T. S., Fienaningsih, N., Rahayu, K. S., & Artatanaya, I. G. L. S. (2021). Dampak Kualitas Informasi Terhadap Nilai Yang Dirasakan Pelanggan, Kualitas Pengalaman, Dan Kepuasan Pelanggan Dari Penggunaan Aplikasi Gofood. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 36(1), 51–61.
- Prastiwi, S. K., Rabia, & Bagus, R. (2019). Peran Product Quality, Information Quality Dengan Mediasi Trust Terhadap Repurchase Intention Pada Mitra Umkm Go-Food Di Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(1), 44–54.
- Purnomo, A. P. A., & Hardianto, A. W. (2025). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Tiktok Shop Pada Generasi Z Di Wilayah Jakarta. *Jurnal Transaksi*, 17(1), 14–32.
- Purwanto, H. M., E.Prihatini2, A., & Listyorini, S. (2025). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Layanan Pesan Antar Grabfood. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(1), 263–272.
- Putra, B., Dotulong, L. O. H., Pandowo, M. H. C., Putra, B., Dotulong, L. O. H., & Pandowo, M. H. C. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi , Lingkungan Kerja , Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt . Uphus Khamang Indonesia The Influence Of Organizational Culture , Work Environment , And Workload Toward Employee Performance At Pt . Uphus Khamang Indonesia *Jurn. Jurnal Emba*, 11(2), 279–289.

- Putra, D. K., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Promosi, Lokasi, Ulasan Produk, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Di Shopeefood. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, 2829–2006, 375–384.
- Ramadhan, S., & Lestariningsih, M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Potongan Harga, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(12), 1–16. <https://doi.org/10.33830/Optima.V2i1.11040>
- Ryansa, M., Widiartanto, & Pradhanawati, A. (2023). Terhadap Minat Pembelian Ulang Grabfood Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Generasi Z Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 573–581.
- Samma, S. A. M. K. (2021). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Behavior Konsumen Pada Hypermart Mall Panakkukang Makassar. *Eprint Unm*, 1–11.
- Semaun, F. (2019). Pengaruh Kualitas Sistem Pelayanan Jasa Terhadap Pelanggan. *Fokus*, 17(2), 297–309. <https://doi.org/10.51826/Fokus.V17i2.363>
- Suwandini, A. N., Sunaryo, H., & Mustapita, A. F. (2022). *Pengaruh Discount, Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Layanan Shopeefood (Pada Mahasiswa Feb Unisma Malang)*. 13(01), 2269–2277.
- Utama, J. W., & Wahyono, A. T. (2023). Analisis Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Ease Of Use Terhadap Pembelian Ulang Melalui Toko Online Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 336–344. <https://doi.org/10.54066/Jmbe-Itb.V1i4.774>
- Vabela, M. N., & Jati Waskito. (N.D.). *Dampak Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Efek Mediasi Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Dan Kualitas Pengalaman Dari Penggunaan Aplikasi Grab Food*.
- Warnerin, G., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(2), 896–903. www.Sentrarak.Com