

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnesia Magdalena, F. J. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Blibli. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Cahyani, A., Gunadi, I. A., & Mbulu, Y. P. (2019). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Repurchase Intention Pada PT Traveloka Indonesia. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 29.
- Diantara, L. (2021). Keputusan Pembelian Smart Tv Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk Dan Promosi Di Tam Elektronik Bangkinang Kota. *Journal Of Islamic Manajemen Applied (JISMA)*, 4.
- Dr. H. Mashur Razak, S. M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alauddin University Press.
- Emeralda, Jeni Wulandari, Diang Adistya . (2020). Analisis E-Trust, E-Wom, Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 72-74.
- Fadilla Anggraini Pramudya Putri, Finisica Dwijayati Patrikha. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Di Aplikasi Soco. *Research Paper Marketing Management*, 454-4548.
- Farah Saufika Oktaviana. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Fz Shopee Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* , 1178-180.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Danpemasaran)*. Sleman: Cv Budi Utama.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 34.
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 175.
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampak Pada Customer Loyalty Pt Bayu Buana Travel Tbk . 105.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal, F. F., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen*, 58.

- Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Derivatif*, 9-10.
- Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh *Customer Experience* Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Di Lazada. *Eprosiding Manajemen*, 239.
- Magdalena, A., & Jaolis, F. (2018). Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Loyalty Dalam Konteks E-Commerce Blibli.
- Muchtarom, M. A., Widarko, A., & Slamet, A. R. (2022). Pengaruh Brand Image Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Marketplace Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNISMA 2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 117-121.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Gaya Hidup. 157-162.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Gaya Hidup (Studi Pada Pengguna Layanan Musik Streaming Spotify Di Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 155.
- Nudin, I. A. (2018). Pengaruh Customer Value Dan *Customer Experience* Serta Utilitarian Value Terhadap Minat Pembelian Ulang (Klinik Kecantikan Larissa Jember). 12.
- Persaingan Ketat Layanan Pengiriman Makanan. (2022, Februari 16).
- Pramudita, Y. A., & Japarinto, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value Dan *Customer Experience* Terhadap Customer Satisfaction Di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.
- Rahman, R. A. (2021, November 23). Riset: Grabfood Terbanyak Digunakan Konsumen Dan Merchant Indonesia.
- Rizaty, M. A. (2022, Januari 22). Tertinggi Di Asia Tenggara, Nilai Transaksi Grabfood Lampau Gofood Dan Shopeefood Pada 2021.
- Romauli Nainggolan, O. S. (2020). Pengaruh Product Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi. *Management Sustainable Development Journal*, 88-92.
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan *Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Yoghurt Di Bandung Timur Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen Perbankan Syariah*, 68.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 149.

- Sekoko, A. N., & Nyoko, A. E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku. *Journal Of Management*, 52.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 18-20.
- Setyowati, D. (2021, Januari 28). Peta Persaingan Grabfood Dan Gofood Di Tengah Kehadiran Shopeefood.
- Shaadiqawati, N. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Kamera Tipe Digital Slr Merek Canon Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Canon Di Jl.Banda Bandung). *E-Proceeding Of Management*, 724.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, W. A. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 23.
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Moderisasi*, 166.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia . 2.
- Tousalwa, C. (2017). Variabel Penentu Keputusan Pembelian Minyak Kayu Putih Cap Mp Di Kota Ambon. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 23.
- Triyani Rahmadewi, Naili Farida, & Reni Shinta Dewi. (N.D.). Pengaruh Crm Dan *Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembeian Ulang Melalui Brand Trust Pada Pt. Nasmoco Pemuda .
- Wisnu, A. M., & Heliawan, Y. A. (2018). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 176.
- Yakin, F. A. (2016). Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pakaian Wanita Di Pasar Pagi Samarinda. *Jurnal Ekonomi*, 2.
- Yakin, M. F. (N.D.). Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pakaian Wanita . 2.
- Yolandari, N. D., & Kusumadewi, N. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.Com). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5349.

Yusnia, & Burhanuddin. (2020). Customer Experience, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 324.