

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, A. N., Suwandari, L., & Adi, P. H. (2019). Analisis Pengaruh Customer Experience, User Experience, Dan Hambatan Berpindah Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Go-Jek Di Kota Purwokerto). *In Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* , 9 (1).
- Aripin , Z., & Negara , M. P. (2021). *Perilaku Bisnis : Etika Bisnis & Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: Deepublish .
- Ayaumi, R. S., & Komariah , N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar GoFood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* , 3.
- Ayuwardani , M., Wibowo, B. Y., & Setyawan , N. A. (2021). Analysis of Mie Gacoan Customer Loyalty through Customer Experience and Perceived Quality. *Jurnal Sains Sosio Humaniora* , 5 (2).
- Bisnis.com. (2018). *Layanan GrabFood dari Grab Hadir di Tiga Kota*. Bisnis, tempo.co.
- Cooper, D., & Emory, W. (1997). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Erlangga .
- Dihni, V. A. (2022). *Riset: GrabFood Kalah Populer Dibandingkan GoFood dan ShopeeFood*. Databoks. Katadata.co.id.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gozali , A. (2013). *Teori dan Praktik Pemasaran Barang dan Jasa*. Jakarta : CV Rizky Aditya .
- Grab. (2023). *Melangkah Bersama ke Masa Depan*. Retrieved Desember 2023, from about: <https://www.grab.com/id/about/>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS.
- Hermawan , S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian, Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.

- Hiendrawan, Y. R., & Bernarto, I. (2021). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Trust On Repurchase Intention On Zalora Indonesia's Social Media. *Indonesian Digital Marketing Journal* , 1 (1).
- Jeffrey, Mariatin, E., & Novliadi, F. (2023). Impact Of Brand Trust On Repurchase Intention Of Tokopedia. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies* , 38.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty . *Journal of Market Focused Management* , 4, 341-370.
- Lemke , F., Clark, M., & Wilson, H. (2010). Customer experience quality: an exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Academy of Marketing Science* , 39, 846-869.
- Liputan6. (2019). *Makna Tersembunyi di Balik Logo Gojek dan Grab*. Startup.
- Masarianti Putri, I. A., Darwini, S., & Dakwah, M. M. (2019). Pengaruh Trust Dan Easy Of Use Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shopee Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Manajemen* , 19 (1).
- Measurable.ai. (2022). *Asia Online Delivery Report : Food + Grocery* .
- Purba, C. N., & Mustikasari, A. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi KAI Access. *e-Proceeding of Applied Science* , 6 (2).
- Septiani, L. (2023). *Perbandingan Transaksi GrabFood dan GoFood*. Katadata.co.id.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana .
- Subawa , N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. M. (2020). The Effect of Experiential Marketing, Social Media Marketing, and Brand Trust on Repurchase Intention in Ovo Applications. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* , 7 (3), 11-21.
- Sudaryana , B., & Agusiady , R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish .

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (1 ed.). (F. Sigit, Ed.) Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sullivan, Y., & Kim, D. J. (2018). Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments . *International Journal of Information Management* , 39, 199-219.
- Tjiptono, F. (2018). *Perilaku Konsumen: Definisi, Domain, Determinan* . In *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen* . Bogor: PT Penerbit IPB Press .
- Tong , T. K. (2020). Analisa pengaruh social media marketing terhadap repurchase intention melalui brand trust sebagai variabel mediasi pada instagram adidas Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran* , 7 (1).
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen : Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. CV Pustaka Bengawan.
- Wardhana , E. (2019). Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan SONNY VAIO. *Jurnal Ekonomi dan Industri* , 20 (2).
- Widokarti, J. R., & Priansa , D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kotemporer*. Bandung, Jawa Barat: CV Pustaka Setia.
- Yovanda, E., Rahman, A., & Anggriani , I. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lion Parcel Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan* , 3(4).
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung : Pustaka Setia .