

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah et al., (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ahdiat, Adi, (2022). “Gojek vs Grab, Mana yang Konsumennya Lebih Banyak?”, diakses pada 25 September 2023 dari, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>
- Amin, F., Garancang, S., Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1),15-31.
- Ardianto, Y., Thalib, S., Riskarini, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). Analisis Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction Dilihat dari Experiential Marketing dan Servicescape. *Jurnal Riset Bisnis*, 4(2), 155-172.
- Asrizal & Sopyan (2022). Analisis Tahap–Tahap Proses Keputusan Pembelian Laptop (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat). *Jurnal Menara Ekonomi*, 8(1), 1-7.
- Bahar, S., Hadi, R., & Febrianto, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Perceived Risk terhadap Kepuasan Pengguna dan Minat Membeli kembali pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 9(2), 26-35.
- Bohdan Gumilang, P., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420-432.
- Badan Pusat Statistik (2021). “Hasil Sensus Penduduk 2020 Kota Surabaya, diakses pada 25 September 2023 dari, <https://surabayakota.bps.go.id/pressrelease/2021/01/29/225/hasil-sensus-penduduk-2020-kota-surabaya.html>
- Brangsinga & Sukawati (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image terhadap Brand Loyalty dan Brand Equity. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2125 – 2151.
- Chandra, T., Chandra, S., Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis . Malang : CV. IRDH.
- Chandra, S., Rizan, M., & Aditya, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3), 625-635.
- Chandrawati, A. A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1), 49–68.

- Chuenyindee, T., Torres, R. B., Prasetyo, Y. T., Nadlifatin, R., & Persada, S. F. (2022). Determining Factors Affecting Perceived Quality among Shoe Manufacturing Workers towards Shoe Quality: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(2), 1-17.
- Chusnaini, A., Rasyid, R. A., & Chandraningrat (2022). Pengaruh Percieved Quality, Corporate Image, Perceived Value yang di Mediasi oleh Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty pada pengguna Smartphone Merek Iphone (Studi Kasus pada Gen Z di Surabaya). *Jurnal Media Mahardhika*, 20(2), 264 - 275.
- Evi, T., & Rachbini, W. (2022). Partial Least Squares (Teori Dan Praktek). Sukoharjo: Penerbit Tahta Media.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Salimiya*, 1(2), 195-211.
- Fajar, F., Priharsari, D., Rokhmawati, I. (2022). Pengaruh Reputation dan EWOM terhadap Repurchase Intention Konsumen pada E-Commerce. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(6), 3007-3016.
- Fatihudin, Didin & Firmansyah, Anang (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Sleman: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Gultom, J. S., Lyza, T., Chairunnisa, T., & Tamba, M. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Perceived Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Produk *Dbd Powder Medan*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(2), 26-41.
- Hamid & Anwar (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hardiwan, Dadang (2022). Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2022. Surabaya : BPS Provinsi Jawa Timur, PT. Sinar Murni Indo Printing.
- Hasniati, Pratiwi Indriasari & D., Arief Sirajuddin (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention Produk Online dengan Customer Satisfaction sebagai Variable Intervening. In *MARS Journal*, 1(2), 11-23.
- Herning Indriastuti, M. (2021). Customer Satisfaction Through Customer Loyalty And Customer Experience: Survey Of Go-Ride Mulawarman Customers. *Business and Accounting Research (IJEBAAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2), 54-62.
- Hidayatullah, S., Kusumaningtyas, R., H. & Aziati, Y. (2019). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application E-Commerce Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean. *Jurnal Applied Information Systems and Management (AISM)*, 2(2) , 77-80.

- Hidayat, Anwar (2014). "Tutorial Partial Least Square dalam PLS SEM", diakses pada 10 Januari 2024 dari, <https://www.statistikian.com/2021/04/tutorial-partial-least-square-dalam-pls-sem.html>.
- Humairoh & Aziz (2022). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Netflix The Influence Of User Experience On Customer Satisfaction Of Netflix's User. *Jurnal e-Proceeding of Management*, 9(4), 2307-2319.
- Ibrahim et al., (2018). Metodologi Penelitian. Makassar: Gunadarma Ilmu.
- Indrasari, Meithiana (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- InDrive (2023). "Sejarah InDrive: Info & Misi Perusahaan", diakses pada 20 Desember 2023 dari <https://indrive.com/id/our-story/>
- Irwan dan Adam (2015). Metode Partial Least Square (PLS) dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains*, 9 (1), 53 – 68.
- Japariato, E., Febriana Koharyanto, F., & Korespondensi, P. (2020). *Analisa Pengaruh Perceived Quality dalam Pembentukan Repurchase Intention melalui Brand Trust pada Aplikasi Shopee*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1-7.
- Khasbulloh, A. H. K., & Suparna, G. (2022). Effect of Perceived Risk and Perceived Value on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables on Bukalapak Users. *European Journal of Business and Management Research*, 7(4), 22–28.
- Larasati, A., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Smartphone Vivo di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 4(1), 48 – 7.
- Malik (2020). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Bisnis dalam menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39-61.
- Marliana (2020). Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika & Komputasi*. 16(2), 174-186.
- Maruli, S., Pandiangan, T., Resmawa, I. N., De Pinto Simanjuntak, O., Sitompul, N., & Jefri, R. (2021). Effect of E-Satisfaction on Repurchase Intention in Shopee User Students. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(4), 7785-7791.

- Masdaini, E., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh User Experience ,Perceived Quality dan Perceived Sacrifice terhadap Behavioral Intention dan Costumer Satisfaction pada Aplikasi Mobile Gojek di Kota Palembang. *Jurnal Buletin Bisnis & Manajemen*, 6(1), 30-44.
- Meitha Wulur, L., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect Of Service Quality And Brand Trust On Customer Satisfaction And Customer Loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 4(1), 72-83.
- Militina, T., & Noorlitaria Achmad, G. (2020). Effect Of Customer Value And Customer Experience On Customer Satisfaction And Loyalty Pt Meratus Samarinda. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 4(1), 84-94.
- Moehadi & Safitri (2023), Model Repurchase Intention pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, 11(1), 54-61.
- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik Dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling. Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50.
- Nasution, A. A., Erwin, K., & Bartuska, L. (2020). Determinant Study of Conventional Transportation and Online Transportation. *Journal Transportation Research Procedia*, 44, 276–282.
- Ngoc Duy Phuong, N., & Thi Dai Trang, T. (2018). Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, and Customer Satisfaction as Mediating Role: A PLS Approach of M-Commerce Ride Hailing Service in Vietnam. *Journal Marketing and Branding Research* 5, 78-91.
- Noviyanti & Nuhasanah (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Kompetensi Nelayan Di Teluk Banten: Menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). *Jurnal Marine Fisheries*, 10(1), 33-44.
- Nur Annisa, A., Suwandari, L., Hari Adi, P., Manajemen, J., Ekonomi dan Bisnis, F., & Jenderal Soedirman, U. (2019). Analisis Pengaruh Customer Experience, User Experience, dan Hambatan Berpindah terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Go-Jek di Kota Purwokerto), *Jurnal Sustainable Competitive Advantag*, 9(1), 361-372.

- Permatasari et al., (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.
- Putra, W. P., Hendayani, R., & Hidayah, R. T. (2023). Ipma's Analysis on Factors Affecting Indrive Indonesia's Customer Loyalty. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6),1-22.
- Putri, E., Wibowo, E., & Prapanca, A. (2022). Analisis User Experience terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Mubeat. *Jurnal Education and development*, 10(2), 596-602.
- Priadana & Sunarsi (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Tanggerang Selatan: Pascal Books.
- Rezaldy, I., Trianasari, N., Si, S., & Stat, M. (2019). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Iflix Effect Of User Experience On Customer Satisfaction In Iflix Application Users. *e-Proceeding of Management* 6(1), 491-496.
- Riyoko, Sisno (2020). Dasar-Dasar Pemasaran. Yogyakarta: CV MARKUMI.
- Rizan, M., Haro, A., & Rahmadhina, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction dengan Trust sebagai Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Grab di Wilayah Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 2301–8313.
- Rosi, D., Dadang Suparman, H., Pdi, S., & Sukabumi, P. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Pt. Pratama Abadi Industri Sukabumi (Studi Kasus Departemen Stockfit P2). In *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1(1),102-119.
- Salim,M., & Rodhiah, R. (2022). The Effect of Perceived Quality, Customer Satisfaction, Corporate Image, Customer Experience on Customer Loyalty. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*. 5(1), 2422-2432.
- Savila, I. D., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The role of multichannel integration, trust and offline-to-online customer loyalty towards repurchase intention: An empirical study in online-to-offline (O2O) e-commerce. *Journal Procedia Computer Science*, 161, 859–866.
- Soo CHA, S., & Han LEE, S. (2021). The Effects of User Experience Factors on Satisfaction and Repurchase Intention at Online Food Market. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(4), 7–13.
- Song, Y., Liu, K., Guo, L., Yang, Z., & Jin, M. (2022). Does hotel customer satisfaction change during the COVID-19? A perspective from online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 132–138.

- Suriana, S., Rahmawati, R., & Ekawati, D. (2022). Partial Least Square-Structural Equation Modeling pada Tingkat Kepuasan dan Persepsi Mahasiswa terhadap Perkuliahan Online. *Jurnal SAINTIFIK*, 8(1), 10–19.
- Susanto et al., (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad. *Jurnal Bina Akuntansi*, 7(2), 124 - 141.
- Syarief, Suryani (2019). “Aplikasi Transportasi Online inDriver Hadir di Surabaya”, diakses pada 29 Oktober 2023 dari, <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2019/Aplikasi-Transportasi-Online-inDriver-Hadir-di-Surabaya/>
- Talakua, Y., Anas, S., & Aqil, M. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada RSUD Bhakti Rahayu Ambon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1253-1270.
- Tarigan, M., I., B & Siahaan, R., N. (2023). Kepuasan Pelanggan Netflix di Kota Medan diukur dengan Nilai Pelanggan, Brand Experience dan User Experience. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 9(1), 120-129.
- Varriale, V., Cammarano, A., Michelino, F., & Caputo, M. (2023). Knowledge management in high-tech products and customer satisfaction: The smartphone industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 2-3.
- Wiwesa, N., R. (2021). User Interface dan User Experience untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17-31.
- Yasri, Y., Susanto, P., Hoque, M. E., & Gusti, M. A. (2020). Price perception and price appearance on repurchase intention of Gen Y: do brand experience and brand preference mediate?, *Journal Heliyon*, 6(11), 2-8.
- Yohan (2019). Service Quality terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Nasabah Pt Bank Central Asia Tbk Studi Kasus Kcu Darmo Di Surabaya, *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(1) 1-9.
- Yonatan, Agnes (2023). “Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online?”, diakses pada 25 September 2023 dari, <https://goodstats.id/article/mengapa-orang-indonesia-memilih-transportasi-onlinev7ZXx#:~:text=Melansir%20survei%20GoodStats%202023%2C%20alasan,pada%20faktor%20kemudahan%20untuk%20memesan.>
- Yousefi, N., Wang, K., & Circella, G. (2023). Factors Influencing the Types of Merchandise Purchased Online: Evidence From the 2018 California Survey of Emerging Transportation Trends. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 17, 2-7.
- Yuliana & Purnama (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada PO. Titian Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(6), 162-170.