

DAFTAR PUSTAKA

- Alrasyid, M. H., Purwanto, S., & Izaak, W. C. (2023). *The Effect of Trust and Product Quality on Repurchase Intention for Yamalube Oil Products in Gresik Regency*. *International Journal of Economics (IJEC)*, 2(1), 143–150. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i1.432>
- Anifa, N., & Sanaji, S. (2022). *Augmented Reality Users: The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Customer Experience on Repurchase Intention*. *Journal of Business and Management Review*, 3(3), 252–274. <https://doi.org/10.47153/jbmr33.3462022>
- 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(2), 181. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.940>
- Baki, R. (2020). *Analysis of Factors Affecting Customer Trust in Online Hotel Booking Website Usage*. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 10(2), 106–117. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0009>
- Bulut, Z. A. (2015). *Determinants of Repurchase Intention in Online Shopping: A Turkish Consumer's Perspective*. *International Journal of Business and Social Science*, 6(10). <http://www.ijbssnet.com/>
- Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). *Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi* (1 ed.). UPT Undip Press.
- Cristiyani, I. D., Irianto, H., & Khomah, I. (2020). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Hakiki Coffee Surakarta*. *AGRISTA*, 8(2), 1–10.
- Harmadji, D. E. dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Global Eksekutif Teknologi.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan)* (1 ed.). deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (1 ed.). deepublish.
- Halim, Fitria dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1 ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif)* (1 ed.). Media Nusa Creative.

- Nugraha, Jefri Putri. dkk. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (1 ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Juniawati, Esmeralda, & Malini, H. (2023). *Analisis Customer Loyalty Pada Penggunaaplikasi Zoom Meeting Di Kota Pontianak. Mangement Business Innovation Conference 2023*, 206–223.
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. Advances in Economics, Business and Management Research*, 64.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (14 ed.). Penerbit Prentice Hall Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, A. W., & Puspaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Pandiva Buku.
- Laely, N. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. jmm17*, 3(02). <https://doi.org/10.30996/jmm17.v3i02.802>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik* (2 ed.). Salemba Empat.
- Manullang, F. A., & Heryenzus, H. (2022). *Pengaruh Service Quality, Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Online PT Great Seasons Travel. eCo-Buss*, 5(1), 362–374. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.494>
- McColl-Kennedy, J. R., Zaki, M., Lemon, K. N., Urmetzer, F., & Neely, A. (2019). *Gaining Customer Experience Insights That Matter. Journal of Service Research*, 22(1), 8–26. <https://doi.org/10.1177/1094670518812182>
- Mogea, G. E. (2022). *The Effect Of Customer Perceived Value, Customer Trust, And Customer Satisfaction On Repurchase Intention Of Services Provided By Shopee Online Shop. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 531. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40268>
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). *Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. Sains Manajemen*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>

- Naurah, N. (2022, Agustus 3). *Survei Goodstats: Kereta Api Jadi Transportasi Massal Paling Banyak Digemari Untuk Liburan* [Goodstats.id]. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kai-jadi-transportasi-massal-paling-banyak-digemari-untuk-perjalanan-liburan-2022-vx11K>
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). EF Press Digimedia.
- Nilsson, J., & Wall, O. (2017). *Online customer experience, satisfaction and repurchase intention for online clothing retailing*. University of Gothenburg.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Oktarini, M. A. S., & Wardana, I. M. (2018). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention*. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 227–237. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.32>
- Pratiwi, I. (2023). *BPS: Berakhirnya PPKM Berdampak pada Tingginya Mobilitas* [Ekonomi.republika.co.id]. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/ru67bf370/bps-berakhirnya-ppkm-berdampak-pada-tingginya-mobilitas>
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19*. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2).
- Puspita, A. A. (2020). *MOTIF PEMANFAATAN LAYANAN MOBILE APPLICATION KAI ACCESS (Studi pada Pengguna Kereta Api Lokal/Jarak Dekat Di Stasiun Wonokromo Surabaya)*. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i2.2410>
- Putri Ayu Wijayanthi, N. P., & Widya Goca, I. G. P. A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Repurchase Intention Di Tokopedia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 102–117. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v8i1.844
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (1 ed.). Alauddin University Press.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Pustaka Ilmu Group.
- Safutra, J., Welsa, H., & Ningrum, N. K. (2023). *Pengaruh Brand Equity dan Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Loyalty Sebagai Variabel Intervening di D'konkrit Coffee & Food*. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 413. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.749>

- Sartika, D. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK YOU C 1000 SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Senjaya, V., Samuel, D. H., & Dharmayanti, D. (2013). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION & CUSTOMER LOYALTY DI KAFE EXCELSO TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA: PERSPEKTIF B2C*. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 1(1), 1–15.
- Subagio, D. P. W., Mugiono, M., & Hadiwidjojo, D. (2018). *Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Repurchase Usefulness dan Trust Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 35. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.2067>
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (2 ed.). Penerbit Alfabeta.
- Torres-Moraga, E., Barra, C., Vásquez-Parraga, A. Z., & Farías, A. (2020). *The Effects of Service Quality on Customer Trust and Satisfaction in Internet Banking*. *Estudios de Administración*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2013.56388>
- Tresna, P. W., Herawati, T., & Dai, R. M. (2021). *The Influence of Customer Experience on Repurchase Intention to Shopee Application User*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10(2), 94–103.
- Vega, N., & Abrian, Y. (2024). *Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Repurchase Intention Di Daima Hotel Padang*. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(2), 85–95. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i2.2838>
- Verina, T., & Susanti, A. (2022). *Pengaruh Customer Experience, Easy Of Use Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Situs Jual Beli Online Shopee Dikalangan Mahasiswa Kota Surakarta*. *Educational Leadership: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(01), 126–138. <https://doi.org/10.24252/edu.v2i01.29902>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial* (1 ed.). Penerbit Gawe Buku.
- Wibowo, T. (2018). *Pengaruh Consumer Trust Dan Expectation Terhadap Online Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Situs Jual Beli Online Bukalapak Di Kota Yogyakarta*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(9), 96–106.
- Wijayanto, J. (2023, Juli 15). *Stasiun Gubeng Catat Pemberangkatan Penumpang KA Paling Tinggi pada Semester 1-2023* [Radarsurabaya.jawapos.com].

<https://radarsurabaya.jawapos.com/surabaya/771775022/stasiun-gubeng-catat-pemberangkatan-penumpang-ka-paling-tinggi-pada-semester-1-2023>

- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). *Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi*. *Cakrawala – Repositori IMWI*, 3(1).
- Yohanes, R., & Sutrisno, N. (2022). *Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Security, Dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Guna Meningkatkan Pangsa Pasar*. *E-JURNAL MANAJEMEN TSM*, 2(2), 303–316.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). deepublish.
- Zaid, S., & Patwayati, P. (2021). *Impact of Customer Experience and Customer Engagement on Satisfaction and Loyalty: A Case Study in Indonesia*. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 983–992. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO4.0983>