

DAFTAR PUSTAKA

- M. Wildan Maulana (2019) (Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan Pembelian pada toko Online Gifutohandicraft di Instagram), *Skripsi*, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Available at: <https://etheses.uin-malang.ac.id/15650/1/14410218.pdf> (diakses pada: 4 Maret 2025).
- Djakaria, A.Z. (2023) 'The Influence of Ease of Use on ShopeeFood Online Purchasing Decisions', *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), pp. 40–49. tersedia pada: <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/view/267/90> (diakses pada: 4 Maret 2025).
- Salsabila, H.Z., Susanto, S. and Hutami, L.T.H. (2021) 'Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee', *JIMKES*, 9(1). tersedia pada: <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jimkes/article/view/442> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Fajar Sulaiman Novianti (2022) “ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEINGINAN MENGGUNAKAN E-COMMERCE DALAM BERTRANSAKSI ONLINE”, *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), pp. 1803–1812. doi: 10.32670/fairvalue.v4iSpecial Issue 3.1176. Available at:
- Novianti, F.S. (2022) 'Analisis Persepsi Konsumen terhadap Keinginan Menggunakan E-Commerce dalam Bertransaksi Online', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), pp. 1803–1812. doi: 10.32670/fairvalue.v4iSpecial%20Issue%203.1176. Available at: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1176> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Pahlevi, A.R. (2018) 'Analisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi konsumen, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk smartphone Xiaomi (studi pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)', *Skripsi*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Available at: <http://etheses.uin-malang.ac.id/12589/1/13510127.pdf> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, Joko Utomo (2022) 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Administrasi Manajemen*, n.d.(n.d.), pp. n.d.–n.d. Available at: <https://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/view/199/239> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Siroj, R.A., Afgani, W., Fatimah, F., Septaria, D. and Salsabila, G.Z. (2024) 'Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data', *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), pp. 11279–11289. doi: 10.31004/jrpp.v7i3.32467. Available at:

- <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/32467> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Nainggolan, N.P. (2018) 'Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Great Seasons Tours and Travel di Kota Batam', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(1), pp. 49–50. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/231197-pengaruh-kepuasan-kepercayaan-dan-kemuda-c43d82e2.pdf> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Rorie, A.G.S. (2022) 'Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce pada Tokopedia.com di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat', *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 6(1). Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekososbudkum/article/view/41827> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Jasfar, F., 2005. Pentingnya Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 6(1), pp.5-7.
- Andrey Olaf Yeriko Panjaitan, Rofiaty, Sudjatno (2016) 'Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Mediasi Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek: Studi pada Kuliner Khas Kota Malang', *Journal Name, Volume(Issue), pp. Page Range*. Available at: <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=693819&title=PENGARUH+PENGALAMAN+MEREK+TERHADAP+LOYALITAS+MEREK+MELALUI+MEDIASI+KEPUASAN+MEREK+DAN+KEPERCAYAAN+MEREK+Studi+Pada+Kuliner+Khas+Kota+Malang&val=5302> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Silintowe, Y.B.R. (2020) 'Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek', *Modus*, 32(1), pp. 25–41. doi: 10.24002/modus.v32i1.3194. Available at: <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/3194> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Monika, A. (2021) 'Perbedaan Kepercayaan Konsumen pada Merek Kosmetik Wardah antara Pengguna Berusia Remaja dengan Dewasa', *Bachelor Thesis*, Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Available at: <https://repository.ump.ac.id/13544/3/ASTRILIANA%20MONIKA%20BAB%20II.pdf> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Sari, D.R.P. (2020) 'Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi TIX ID', *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Available at: <https://repo.stie-pembangunan.ac.id/id/eprint/1646/1/16612006.pdf> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Fauziyah, A. (2021) 'Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Notaris', *Skripsi*, Universitas Semarang. Available at: <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/F11A/2017/F.131.17.0210/F.131.17.0210-15-File-Komplit-20210903114216.pdf> (Accessed: 9 March 2025).

- Wardhana, A. (2024) *Perilaku Konsumen di Era Digital 4.0 – Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara. Available at: https://www.researchgate.net/publication/383464165_Kepercayaan_Pelanggan (diakses pada 4 Maret 2025).
- Anhar, R.A. and Haryati, I. (2020) 'Analisis Persepsi Konsumen pada Pemasaran di Media Online', *Dimensi*, 9(3), pp. 412–421. Available at: <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms/article/viewFile/2717/1884> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Nuraziziah, A. (2019) 'Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Merek Laurier (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Putri Takhfizil Qur'an Lirboyo Kediri)', *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Available at: <https://etheses.iainkediri.ac.id/1992/> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Yurita, A. (2016) 'Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian', *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), pp. 112–120. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/110376-ID-analisis-pengaruh-persepsi-konsumen-terh.pdf> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Novalianti, T. and Saad, B. (2019) 'Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pengguna E-Payment (Studi Empiris Terhadap Pengguna Gopay dan OVO di DKI Jakarta dan Depok)', *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 5(2). Available at: <https://journal.ibs.ac.id/index.php/JEMP/article/view/244> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Susanto, E. and Jimad, N. (2019) 'Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penggunaan E-Filling', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 5(1), pp. 1–12. Available at: <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jiap/article/view/10431> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Nugraha, D. (2021) 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang', *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Available at: <https://repository.radenfatah.ac.id/18974/2/2.pdf> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Supertini, N.P.S., Telagawathi, N.L.W.S. dan Yulianthini, N.N. (2020) 'Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja', *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), hlm. 61–68. Tersedia pada: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/26201/15510> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Yurita, A., Makmur, and Afrizal, A. (2016) 'Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian', *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/110376-ID->

- analisis-pengaruh-persepsi-konsumen-terh.pdf (diakses pada 4 Maret 2025).
- Efendi, A.R., Santoso, B. dan Hermawan, H. (2021) 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Tokopedia di Jember', *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Jember. Tersedia pada: <https://repository.unmuhjember.ac.id/9092/> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Setyawan, O., Natasya, C., Darmasari, R., Eddy, P. dan Othinel Pur, J. (2023) 'Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Pesan Antar Makanan Online di Pekanbaru', *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(2), hlm. 143–155. Tersedia pada: <https://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/view/3395> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Susilowati, H. dan Agustiya, A. (2022) 'Peran Online Consumer Review dan Trust Dalam Keputusan Pembelian Online', *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1). Tersedia pada: <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/143> (diakses pada 4 Maret 2025).
- Hanum, H. dan Wiwoho, G. (2023) 'Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), hlm. 465–480. doi: 10.32639/jimmba.v5i4.478. Tersedia pada: <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/478> (Diakses: 4 Maret 2025).
- Fauziyah, N. dan Sari, D.P. (2022) 'Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee', *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 10(2), hlm. 150–160. Tersedia pada: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15898/12034> (Diakses: 4 Maret 2025).
- Widhiaswara, I.A. dan Soesanto, H. (2020) 'Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen GoFood di Kota Semarang)', *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 19(2), hlm. 114–125. Tersedia pada: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/31260> (Diakses: 27 April 2025).
- Faridah, dan Yoeliastuti. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja Online pada Aplikasi GoFood', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), hlm. 126–135. Tersedia pada: <https://ejournal.dharmawangsa.ac.id/index.php/manbis/article/view/1365> (Diakses: 27 April 2025).
- Antara News. (2021) 'Ratusan Mitra Driver Gojek di Batam Divaksinasi Covid-19', *Antara News Kepri*, 26 Maret. Tersedia pada:

- <https://kepri.antaranews.com/berita/111169/gojek-makin-bersemi-saat-pandemi> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Digination.ID. (2018) ‘Nadiem Ceritakan Serunya “Ketagihan” Go-Food’, *Digination.ID*, 15 Januari. Tersedia pada: <https://www.digation.id/read/01749/nadiem-ceritakan-serunya-ketagihan-go-food> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Gelegakzaki. (2016) ‘PT GO-Jek: Visi Misi, Struktur Organisasi, dan SOP’, *Gelegakzaki Blog*, 17 Oktober. Tersedia pada: <https://gelegakzaki.wordpress.com/2016/10/17/pt-go-jek-visi-misi-struktur-organisasi-dan-sop/> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Gojek. (n.d.-a) ‘Contactless Delivery – GoFood’, *Gojek Help*. Tersedia pada: <https://www.gojek.com/en-id/help/gofood/pengantaran-tanpa-kontak-langsung> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Gojek. (n.d.-b) ‘GoFood Pickup’, *Gojek Help*. Tersedia pada: <https://www.gojek.com/en-id/help/gofood/cara-pakai-fitur-pickup-di-gofood> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Kumparan. (2019) ‘Riset UI: Merchant Lebih Percaya Go-Food Dibanding Kompetitor’, *KumparanTech*, 23 April. Tersedia pada: <https://kumparan.com/kumparantech/riset-ui-merchant-lebih-percaya-go-food-dibanding-kompetitor-1qwVmOuecuZ> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Tech in Asia. (2015) ‘Go-Jek Luncurkan Layanan Delivery Makanan Go-Food’, *Tech in Asia Indonesia*, 1 April. Tersedia pada: <https://id.techinasia.com/gofood-gojek-layanan-delivery-makanan> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Wikipedia. (n.d.) ‘Gojek’, *Wikipedia Bahasa Indonesia*. Tersedia pada: <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek> (Diakses: 17 Mei 2025).
- Lestariningsih, T. (2021). *Analisis kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan ojek online di Banyuwangi*. Jurnal Manajemen Teori & Terapan, 14(3), 298–323. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i3.30033>
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. H. (2024). *Peran kualitas pelayanan, kepercayaan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Rimbun Café 32 Jakarta)*. INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 11(1), 150–163. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Inovasi/article/view/40256>
- Setyoparwati, I. C. (2019). *The influence of the dimension of trust on customer satisfaction e-commerce (study case on e-commerce customers in Indonesia)*. American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 3(5), 183–188. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2019/05/Z1935183186.pdf>
- Lonan, J. F., Ogi, I. W. J., & Karuntu, M. M. (2023). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan keragaman produk terhadap loyalitas konsumen melalui aplikasi Tokopedia (studi mahasiswa di FEB UNSRAT)*. Jurnal EMBA, 11(3), 102–112. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/49384/43232>

- Prastiwi, E. S., & Rivai, A. R. (2022). *Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan*. SEIKO: Journal of Management & Business, 5(1), Artikel 1556.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1556>
- Widhiastuti, H., & Ronasih, M. Y. (2021). *Kualitas pelayanan, faktor emosional dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen*. Philanthropy: Journal of Psychology, 5(1), 109–130.
<https://doi.org/10.26623/PHILANTHROPY.V5I1.3303>