

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F., & Supriono. (2017). *Minat Pembelian Ulang (Survei pada Konsumen Go-ride di Kota Surabaya)*. 50(2), 135–141.
- Angelina, S. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use , Brand Image , Word of Mouth , Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa serta Dampaknya terhadap Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Transportasi *Online* Maxim di Kota Pontianak). *Manajemen*, 4(1), 12–20.
- Arya Bayu Sayeti, Achmad Fauzi, Donni Ferdinan Irawan, K. K., & Telaumbanua, Muhammad Dzaky, N. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Kualitas Dan Kemudahan (Studi Literasi Manajemen). *Jemsi Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 405–413.
- Devi, S., & Matoati R. (2022). *Citra Merek sebagai Pemoderasi Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay*. 1(2).
- Dan, K. P., Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt Sido Muncul Kebon Jeruk). *Pemasaran*, 1–15.
- Haidar, A., Sari, R. C., & Harga, D. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Pengaruh Sosial Terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran (OVO dan GoPay) Pada Jasa Layanan Transportasi Online. *Jurnal Profita*, 8(8).
<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/16923>
- Larasati, N. R., Kamase, J., & Arfah, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Minat Bertransaksi Ulang Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 48 Pascasarjana

Universitas Muslim Indonesia. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 8(1).

Nur Fauzi, M., Wisnu Dyatmika, S., & Buana Surabaya, A. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Guna Ulang Jasa Gojek Pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Kampus B*. 2(1), 142–149.

Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk (Literatul Reviwe Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.

Prabandari, K. D., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Jasa Jne Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 700.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p05>

Ramdhany, Mohammad Rabyn. (2019). Meningkatkan Niat Pembelian Secara Online Melalui Kualitas Website Dan Kepercayaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4).

Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Management*, 1–20.

Sartika Dewi. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. 2(1), 10–21.

- Sinambela, R. Y. P., & Hermani, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Portobello Café Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–10.
- Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Susdiani, L., & Yolanda, D. R. (2021). Determinant Factors Analysis of Continouon Intention of Fintech (Mobile Banking)'S Adoption as a Tool to Support Physical Distancing Program in Covid-19 Pandemic in Padang City With Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Approach and Technology Acceptance Model (TAM). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 164–183. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Ramdhany, Mohammad Rabyn. (2019). Meningkatkan Niat Pembelian Secara Online Melalui Kualitas Website Dan Kepercayaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4).