

DAFTAR PUSTAKA

- Abrian, Y., & Adrian, A. (2021). *The Effect of Customer Experience on Repurchase Intention with Variety Seeking as Variable Moderation at 4-Star Hotels*. 4(3).
- Adi, W., Suasana, I., ... S. S.-R. J. of, & 2024, undefined. (2024). the Role of Customer Satisfaction in Mediating the Influence of Service Quality and Customer Experience on Repurchase Intention: a Study of Tokopedia. *Cyberleninka.RuWIW Adi, IG Suasana, SNW Sri, WIGNJ Agung, ANM AstiRussian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences, 2024•cyberleninka.Ru*.
- Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 263–276.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes* (Vol. 2).
- Al Kutubi, M. J., & Setiyati, R. (2025). Pengaruh Service Quality dan Customer Perceived Value terhadap Customer Satisfaction Dimediasi oleh Trust. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 139–157.
- Alang Sidek, Indra Syahputra, D. Y. (2023). Penerapan Hukum Islam Dalam Praktek Jual Beli Makanan Pada Aplikasi Go-Food. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 5(2), 21–26.
- Ananda, M. R., & Amirudin, A. (2023). Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Mengunjungi Kembali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 255–268.
- Anas, M. (2022). *Etika Komunikasi Dalam Persfektif Islam*.
- Andari, D. S., & Mathori, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3(2), 468–489.

- 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.
- Anita, M., Maria, K., & Endro, S. (2021). Customer Experience and Repurchase Intention in Multi-Channel: Customer Satisfaction as Mediating Variable. *Journal of Industrial Distribution & Business*, 12(3), 7–19.
- Barusman, A. R. P. (2024). *What Does Service Quality, Perceived Value, and Customer Trust Have to Do with Customer Loyalty for Go-Food Users in The Gojek App? Using Customer Satisfaction Performs as a Modera.*
- Berlianto, M. P., & Putri, T. G. P. (2022). *Antaseden Yang Mempengaruhi Repurchse Intention Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan (Studi Pada GoFood).* 14(1).
- Cahyani, A., Ramadhani, R. H., Nuh, A., & Rizaludin. (2025). The Influence of Customer Perceived Value, Customer Commitment, and Halal Awareness on Repurchase Intention. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 4(2).
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).*
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. N. (2023). *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az-Zahra Kota Gorontalo.*
- Ibrahim, D., Abidin, M., & Zuhriyah, I. A. (2024). *Integrating Brand Religiosity Image , E-Service Quality , and Muslim Customer Perceived Value : A Study on Muslim Student Loyalty Mediated by Satisfaction.* 527–541.
- Isnandini, N., & Suhermin. (2019). *Pengaruh Pengalaman Konsumen Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Konsumen.*

- Julitriarsa, D., & Agustina. (2021). *Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pembelian Produk Skincare Di E- Commerce Shopee* (Vol. 2, Issue 2).
- Junaidi, M. Syarif Hidayatullah Elmas, Zalfa' Nur Auliya Putri. P, & Bahrul Ulum. (2023). The Influence of Customer Perceived Quality, Customer Perceived Value and Product Availability on Customer Loyalty at Bread Roll Wisnu Jember UKM. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 2(7).
- Kartika, N. K. R. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, Im. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar. 4.*
- 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.
- Kuntoro, M. R., Rizan, M., & Krissanya, N. (2025). *View of Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Aplikasi Online Grocery Shopping.*
- Kurniah, & Awaluddin. (2022). *Pengaruh Pengalaman Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Kota Makassar.*
- Kusuma, A. D., Zanti, L., Azzahra, W. E., Ramdhani, W. A., & Wismanto. (2024). Gharar dalam Transaksi Ekonomi: Analisis dan Implikasinya. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(6), 140–152.
- Latan, H. (2017). *Partial Least Squares konsep, metode dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 5.0.*
- Lestari, P., & Adialita, T. (2024). *Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Yang Di Mediasi Oleh Customer Satisfaction Sunscreen Nivea Di Kota Bandung.*

- Ma'arif, M. S., Kurniawan, M., & Sisdiyanto, E. (2025). Penentu Niat Membeli Kembali: Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(2), 509–527.
- Marpaung, P. N., & Arif, Moh. E. (2024). Pengaruh Relationship Marketing Dan Customer Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Oleh Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 513–530.
- Meryawan, I. W., Suryawan, T. G. A. W. K., & Handayani, M. M. (2022). Perceived Value pada Customer Loyalty Peran Mediasi Customer Engagement. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 339–349.
- Monica, I., & Japarianto, E. (2023). Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Factory Outlet.
- Mulyana, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shao Kao Kertajaya Melalui Kepuasan Pelanggan (Vol. 7, Issue 2).
- Munanda, R., Hinggo, H. T., & Ramadhan, R. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Makan Hijau Daun Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(2), 257–271.
- Mustikawati, R., Arafah, W., & Mariyanti, T. (2022). the Effect of Religiosity, Muslim Customer Perceived Value on Loyalty and Customer Satisfaction in Halal Tourism in Indonesia. *International Journal of Islamic Business*, 7(2), 52–64.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12.
- Nining, A. N., & Delfi, D. H. (2024). Pengaruh Customer Experience Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Memediasi Kepuasan

- Pelanggan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2971–2979
- Noviana, I., & Oktavia, D. (2023). The Effect of Product Quality and Customer Perceived Value on Repurchases with Intervening Satisfaction. *Marketing and Business Strategy*, 1(1), 35–45.
- Pambudi, V. B. (2020). *Analisis Presepsi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Gofood Di Kalangan Mahasiswa STIESIA Surabaya*.
- Pratama, R. A., & Artadita, S. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada The Effect Of E-Service Quality And Customer Experience On Customer Satisfaction On Students Using Link Aja At Telkom University*. 10(3), 1624.
- Pujiawati, S., & Madiawati, Putu. N. (2020). *Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Armor Kopi Bandung*.
- Purwanto, N. (2022). Pengaruh Customer Experience Terhadap Word Of Mouth Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction (Study pada Konsumen Bank Syariah Mandiri Cabang Jombang). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 13(1).
- Putri, K. A. M. A., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer's Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 149–154.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). The Influence Of Product Quality, and Prices On Customer Repurchase Intention at Ayam Bang Dava Restaurant Gegerkalong, Bandung. *International Journal Administration Business and Organization*, 3(2), 20–31.
- Ratri, S. F. C., & Hidayat, A. (2020). *Anteseden Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang*.

- Risma, P., Verinita, & Alfitman. (2024). Pengaruh Customer Experience dan E-service Quality pada Online re-purchase Intention melalui Customer Satisfaction. *Jafm*, 5(3), 416–429.
- Risnanti, A. S. Q. R., Fauzan Ahmad, & Firmansyah, R. (2023). Pengaruh Platfrom Online Food Delivery (OFD) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Jl. Internasional No.1-Antapani*, 5(1), 1–12.
- Safari, A., Setiawan, Z., Noor, L. S., & Nurdiani, T. W. (2024). the Influence of Brand Image and Customer Experience on Customer Repurchase Intention With Prodcut Qualitiy As a Moderating Variable. *Edunomika*, 08(01),1–9.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Sakti, Y. S. (2023). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengguna Aplikasi Alfagift di Kota Semarang)*. 13(2), 649.
- Saragih, R. F., Yunita, N., & Khairunnisak. (2024). *The Influence of Emotional Value and Value for Money on Repurchase Intention of Gofood Users in The Distric Tanjung Morawa*.
- Shidqi, M. D., Farida, N., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Customer Experience , Brand Trust, terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Suzuki Pick Up di Kota Cilacap). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 441–451.
- Shinegi, D., & Widjaja, A. W. (2022). The Influence Of Hotel Interior, Hotel Customer Process, And Hotel Design On Repurchase Intentions Mediated By Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam Dinar*, 9(1
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0*. Andi Offset.

- Sholikhah, A., & Pujiyanto, W. E. (2024). *Pengaruh Customer Service And Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Greensmart (Studi Kasus Toko Greensmart Sepande Sidarjo)*. 613–620.
- Sinaga, H. D. E., Lazuardi, D., & Wangsa, F. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. In *Journal of Science and Social Research* (Issue 4).
- Sitthipon, T., Limna, P., Jaipong, P., Siripipattanakul, S., & Auttawechasakoon, P. (2022). Gamification Predicting Customers' Repurchase Intention Via E-Commerce Platforms Through Mediating Effect of Customer Satisfaction in Thailand. *Review of Advanced Multidisciplinary Science, Engineering & Innovation (Ramsey) Ramsey*, 1(1), 1–14.
- Sopiyan, P. (2021). Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Customer Perceived Value dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention. *Jurnah Ilmiah Manajemen*, 12(3), 455–464.
- Supatminingsih, T., & Sangkala, M. (2023). *Etika Bisnis Dalam Kajian Islam*.
- Surya, E., Muftiadi, A., & Chan, A. (2024). Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dalam Game Genshin Impact. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(2), 866.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee*.
- Tarmuji, M., & Gemilang, D. A. (2023). The Influence of Brand Image, Service Quality and Price Perception on Intervention to Repurchase Mulia Metal Gallery 24 With Customer Satisfaction as An Intervening Variable (Gallery 24 Regional Central Java). *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 3(4), 266–283.
- Venessya, J., & Sugiyanto, S. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Customer Value terhadap Repurchase Intention melalui Customer

- Satisfaction pada Spotify Premium. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2).
- Wibisono, K., & Keni. (2022). *Pengaruh perceived value customer satisfaction dan Brand Association Terhadap Repurchase Intention*.
- Winata, E. C., & Kempa, S. (2021). Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Toko Emas Sentral Makassar. *Jurnal Agora*, 9(1), 2019–2022.
- Yuliant, R. T. (2022). *Riba dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Yunus, N. W., & Aribowo, A. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pasien Rawat Inap Kelas Vip Di Rumah Sakit Immanuel Bandung. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 18(1), 29–36.
- Yusanida Wirryana, N., & Erdiansyah, R. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Bisnis (Studi pada Konsumen E-Commerce di Jakarta Barat)*.
- Zabiola, P. O., & Rochdianingrum, W. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Zagladi, L., & Syahputra. (2022). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Iconnet Bandung*. 3, 89–105.
- Zailani. (2022). *Jual Beli Dalam Islam*. 4(2).
- Zannuba, S. H., & Prawitasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 176–193.

DAFTAR PUSTAKA WEBSITE

- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2024). Jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta menurut kelompok umur dan jenis kelamin. Diakses dari <https://jakarta.bps.go.id>
- Gojek. (2024). GoTo Group beats guidance with record results as it reports 2024 fourth quarter and full year earnings. <https://www.gotocompany.com>
- GoodStats. (2025). GoFood rajai industri pesan makanan online awal 2025. https://goodstats.id/article/gofood-rajai-industri-pesan-makanan-online-awal-2025-h2SpA#google_vignette
- GoodStats. (2025). Bukan Gen Z, 52% pengguna dating apps adalah generasi milenial. <https://data.goodstats.id/statistic/bukan-gen-z-52-pengguna-dating-apps-adalah-generasi-milenial-8WZxy>
- IDN Times. (2024). Indonesia Gen Z Report 2024. Diakses dari <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>
- Putra, E.E. (2024, Maret 15), Keuntungan Berlangganan Gofood Plus Tidak Sesuai Realita. Media Konsumen. <https://mediakonsumen.com/2024/03/15/surat-pembaca/keuntungan-berlangganan-gofood-plus-tidak-sesuai-realita>
- Tech in Asia. (2024). Indonesian online F&B spending hits US\$12.9B in 2024: Report. <https://www.techinasia.com>
- TheoryHub. (2025). Theory of Planned Behavior. Diakses pada 23 April 2025 dari <https://www.theoryhub.org>