

## DAFTAR PUSTAKA

- Adit. A. P. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Jasa Layanan Pesan Antar Shopeefood (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan) (*Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan*).
- Akmal, I., & Setianingrum, V. M. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Communication Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Food Di Sidoarjo. *The Commercio*, 8(01), 150-160.
- Ani Ismawati, (2020)“Pengaruh Kualitas Informasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada Shopee”, *PRISMA Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 1 No.06-53.
- Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. *PT Inovasi Pratama Internasional*.
- Ayuningtyas, U. (2020). Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Citra Merek, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Layanan Grabfood Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta [skripsi] . *Surakarta: Program Studi Strata I pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Damar. M. R. (2024). Pengaruh Voucher Gratis Ongkos Kirim, Persepsi Harga Dan Kualitas Aplikasi Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Shopee Di Magelang, *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*,. Vol 15 No 10-19.
- Desy Wahyuni & Apriatni Prihatini (2018). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 441-448.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Y., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak. Com). *Journal of Management*, 3(3).

- Djakaria, A. Z. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Food Delivery ShopeeFood. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(2), 40-50.
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–15.
- Faizah, F. N., & Zulfaturrohmadiyah, Z. (2022). GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z?. *Al-Tijary*, 157-168.
- Habibah, U. & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17 : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1),31–48.
- Handoko, K. F. (2017). Pengaruh Desain Visual Kemasan, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Serundeng Mr. Gora secara online. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(5), 613-621.
- Hapsari, R., Clemes, M., & Dean, D. (2016). The mediating role of perceived value on the relationship between service quality and customer satisfaction: Evidence from Indonesian airline passengers. *Procedia Economics and Finance*, 35, 388-395
- Hendriana, A., & Sapari, S. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi ShopeeFood Studi Kasus Civitas Akademika Stim Budi Bakti. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 127-136.
- Heri. P. S, Nurman, & Ilham. W. H (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Skincare Scarlet. *Pinisi Journal Of Art, Humanity And Social Studies*, Vol 2, no 6 2022, 2747-2671
- Herwin, & A. F. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 353–364.
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak. Com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fak. Ekonomi Unisma Angkatan 2013). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 6(03).

- Holdenianda, L. Z., & Achsa, A. (2022). Harga, Promosi, Kredibilitas, Kualitas Website, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Makanan Menggunakan Jasa Grabfood. *Competence: Journal of Management Studies*, 16(2), 160-169.
- Intan Lina Katrin & Setyorini, H. D. (2016). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung, “*The Journal Gastronomy Tourism*” Vol.3 No.2:79.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-commerce Shopee Di Indoneisa. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition, PearsonEducation, Inc*
- Kuswanto, K., & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 159-172.
- Mahfuz, S. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pembelian Konsumen Go-Food (Studi Kasus Konsumen Go-Food Warga Rt 008, Bintara, Bekasi Barat) (*Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*).
- Makalew, G. A., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3).
- Meithiana Indrasari, (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelangan*, (Surabaya: Unitomo Press) 36.
- Mutia, E. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gofood (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna Layanan GoFood Di Purwokerto) (*Doctoral dissertation, UIN saifuddin zuhri*).
- Oktaviana, M., Nurhalim, A. D., & Hernawati, E. (2021). An Analysis Of Go-Food, Grabfood, And Shopeefood Utilization To Improve Customer Loyalty On Home-Based Business Owners In Tangerang City. *PRIMANOMICS : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 1482–1490.

- Ong, C.E. & Chan, C. (2016). The influence of merchant reputation on consumer decisions to shop online. *Twenty-second Americas Conference on Information Systems*, San Diego, 2016.
- Pitaloka, K. A. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Diskon Dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food Di Yogyakarta [skripsi]. *Doctoral dissertation, UPN"Veteran" Yogyakarta*.
- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh harga, ulasan, dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian secara online. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(3), 421-432
- Prasetyo, M. H. A. (2022). *Pengaruh Harga Kualitas Informasi dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Layanan Pesan Antar Makanan GoFood* (Doctoral dissertation, IAIN Kudus)
- Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Rahardjo, S. A., Iswati, I., & Fitriyasari, A. (2024). Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Shopeefood di Surabaya Selatan. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 15(2).
- Rahmadevita, Lusy Deasyana, Suharyono, & Srikandi Kumadji. (2013). Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word of mouth serta keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Non-Member Produk Kesehatan Melilea di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Profit: Jurnal Adminsitasi Bisnis*, 7(1).
- Riski, M., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian di Shopeefood. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 40-55.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*.
- Sae, M. R., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Nilai Yang Dirasakan Pelanggan, Dan Kualitas Pengalaman terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Shopeefood. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2369-2382.

- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya pengambilan keputusan pembelian pakaian secara online pada generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(3), 231-242.
- Saogo, W. P., Yanti, S., & Mursal, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pos Aja! PT. Pos Indonesia Cabang Batam). *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam*, 14(2), 94-107.
- Sashi, C. M. (2012). Customer Engagement, Buyer-Seller Relationships, And Social Media. *Management Decision*. 50(2):253-272
- Selviana, Yesy, & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Variabel Reputasi, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Solo di Shopee. *Mabha Jurnal*, 2(2), 132-142.
- Setiawan, J. (2017). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Forum Jual Beli Online Studi Pada Mahasiswa STMIK GICI Batam. *JURSIMA (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen)*, 5(1), 49-61..
- Setiawati, R., Indayani, L., & Abadiyah, R. (2023). Analisis Brand Awareness, Word of Mouth dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna ShopeeFood di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6102-6114.
- Strategics Tenggara. (2022). Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia. Retrieved August, 8, 2022.
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Sugiharto, N. A., Nurhayati, N., & Madani, F. (2021). Pengaruh Reputasi Dan Online Customer Review Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pengunjung Tokopedia). *Pro Mark*, 11(2).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, S. E. I. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia. [https://www.google.co.id/books/edition/Konsep\\_Harga\\_Dalam\\_Ekonomi\\_Islam/ftV5DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_Harga_Dalam_Ekonomi_Islam/ftV5DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0)
- Suroto, S. (2022). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Pelanggan Sebagai Variabel

Intervening (Study Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Kota Kudus). (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang*).

Suthakaran, R., & Dulloo, R. (2023). The Power of Brand: Unleashing the Impact of Brand Equity on Consumers' Purchase Intention in Online Food Delivery Apps.[Special issue]. *European Chemical Bulletin*, 12(6), 5315-5326.

Syifa, H. (2022). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Tiket Online Traveloka Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Tiket Online Di Bandar Lampung)[skripsi]. *Bandar Lampung: Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.

Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, (Yogyakarta: Penerbit Andi)

Tyas, P., & Nurhasanah, N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online. *Journal of Economic*, 10(1), 61-72.

Utami, Indah Wahyu. (2017). *Perilaku Konsumen*. Sukoharjo: Pustaka Bengawan

Vania, Izella, & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomis*, 14(2b).

Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). *Promosi penjualan untuk membangun electronic word of mouth dan mendorong pengambilan keputusan pembelian*. Penerbit Lakeisha.

Williams, M. (2012). Relating word-of-mouth to corporate reputation. *Public Communication Re-view*. Vol. 2, 3- 16

Winarno, Wing Wahyu. (2017). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Xu, B., & Yadav, S. (2003). Effect of online reputation services in electronicmarkets: A trust based empirical study. *Ninth Americas Conferences on Information Systems*. Texas Tech University, Texas.

Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 6, Juni 2016*, 5.

- Zachra, M. A. (2024). Analisis Penggunaan Jasa Layanan Pesan Antar Makanan Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta) [skripsi]. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia*).
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.