

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Farabi, M. R., & Parhusip, A. A. (2022). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa ShopeeFood Pada Aplikasi Shopee. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 103–110. <https://doi.org/10.55904/cocreation.v1i3.513>
- Asy-syifaa, S., Liani, M. D., Abimanyu, M. C., Rahmalia, E., Putri, H. A., Yusuf, N., Rozak, A. (2024). Analisis Promosi pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3).
- Aulia, V. D., Sulastri, S., Maulana, A., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa ShopeeFood di Kota Palembang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 778–792. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3778>
- Belch, G., & Belch, M. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education. Retrieved from <http://books.google.com/books?id=rFhCPgAACAAJ&pgis=1>
- Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, K. R. (1972). *Marketing Management* (3rd ed.). New York: Ronald Press Company.
- Dwiantari, S., & Permanasari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi ShopeeFood (Studi Pada Konsumen Nasi Goreng Dan Bakmie Bang Najib). *Ekonomika*, 07(02), 1–16.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2005). *Consumer behavior* (9th ed.). Thomson Learning.
- Fakhira, A. J., Zuhendry, & Nasution, A. W. (2022). Pengaruh Promosi, Review Konsumen dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada GrabFood Dimasa Covid-19. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 3(1), 236–245. Retrieved from <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/817>
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 26* (11th ed.). Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2024). Indonesia Juara Satu Penjualan Online Food Delivery Tingkat Asia Tenggara - GoodStats. Retrieved from GoodStats website: <https://goodstats.id/article/indonesia-juara-satu-penjualan-online-food-delivery-tingkat-asia-tenggara-JOc9Y>
- Hair Joseph, F., Black William, C., Babin Barry, J., & Anderson Rolph, E. (2010). *Multivariate data analysis*. A global perspective.
- Istiqomah, & Mufidah, L. (2021). Pengaruh Review Service Menu dan Rating Menu terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Marketplace ShopeeFood. *Jurnal Socia Akademika*, 7(2), 99–103.
- K, S., & Hajar. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Online. *Economic and Business Management International Journal*, 6(2), 330–338. <https://doi.org/10.556442>
- Kapferer, J.-N. (2008). Brand Turnaround and Rejuvenation. In *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Principles of Marketing. In *The Economic Journal* (17th ed., Vol. 38). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th Edition* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kristianingsih, I., & Edastama, P. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention Pada Penggunaan Online Food Delivery Service. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6286–6300. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10868>
- Listiari, D. N., & Supriyono. (2023). The Influence Of Brand Image And Promotion On Purchase Decisions At Grab Food In Surabaya Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grab Food di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3025–3030. Retrieved from <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on amazon.com. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 34(1), 185–200. <https://doi.org/10.2307/20721420>
- Murtiningsih, dewi. (2023). Pengaruh Word of Mouth , Harga, Kualitas Produk. *Udicious Journal of Management*, 04(01), 29–37.
- NingJogja. (2024). Gudeg Yu Djum, Warung Makan Khas Jogja yang Melegenda. Retrieved January 10, 2025, from https://ningjogja.com/gudeg-yu-djum/#google_vignette

- Nuraeni, Y., & Rahmatika, N. (2022). *Company Strategy to Maintain Work Productivity during the Covid-19 Pandemic*. <https://doi.org/10.4108/eai.25-11-2021.2319355>
- Osborne, J. W. (2002). Notes on the use of data transformations. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.7275/5rb8-6n54>
- Pratama, I. P. D., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2024). Pengaruh Brand Image, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Klungkung Dalam Era Digital Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Journal Values*, 5(1), 71–84.
- Ramadhani, T., Budimansyah, B., & Sanjaya, Vi. F. (2021). Pengaruh Rating Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Marketplaceshoppee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 143–162. <https://doi.org/10.24042/Revenue.V2i2.9623>
- Sabrina, T. A., & Wiyanti. (2024). Pengaruh Rating, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di ShopeeFood. *Jurnal Of Hospitality & Tourism*, 2(1), 313–323. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.630>
- Sari, T. R., & Mustaqim, M. (2024). Keputusan Pembelian: Customer Review dan Customer Rating dengan Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi pada GrabFood). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 215–220. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.829>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. In *Pearson Education* (11 Global). Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis. Dalam Metode penelitian Untuk Bisnis. In 2 (6th ed.). Wiley.
- Sigit, S., & Theresia Christina, T. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Aplikasi Pos Aja. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13, 77–86.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solomon, M. R., & Lowrey, T. M. (2017). *The Routledge companion to consumer behavior*. New York, NY: Routledge.
- Sufitri Mulia Sari. (2020). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Grab Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid 19*. 1–168.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistio, L. C., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating serta Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran yang ada di GoFood. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1533. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1368>
- Syarief, F., Dira, A. F., Fadly, R., Mahriani, E., & Acai Sudirman. (2023). Manajemen Strategi Pemasaran. In *WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama)* (Vol. 14).
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Allyn & Bacon.
- Teddy, A., & Dinda Amanda Zuliestiana SE., M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung the Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions Through Gofood Application in Bandung City. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.
- Tripadvisor. (2025). 10 Restoran Terbaik di Yogyakarta - Tripadvisor. Retrieved from Tripadvisor website: https://www.tripadvisor.co.id/Restaurants-g14782503-Yogyakarta_Yogyakarta_Region_Java.html
- Trisnawati, R., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Gaya Hidup Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Food Delivery di Masa Pandemi Covid -19 (Studi Empiris pada Pengguna Grabfoo. *Manajemen Dan Bisnis Akuntansi*, 4(4), 1771–2686. Retrieved from <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wiyono. (2020). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Zhu, F., & Zhang, X. (2010). Impact of online consumer reviews on Sales: The moderating role of product and consumer characteristics. *Journal of Marketing*, 74(2), 133–148. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.133>