

DAFTAR PUSTAKA

- About Gojek*. (2023, Januari 28). Diambil kembali dari gojek.com: <https://www.gojek.com/id-id/about/>
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image, Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *In Proceedings Progress Conference*, 406-413.
- Annur, C. M. (2022, Juli 2022). *Survei: Tingkat Keunggulan Layanan GoFood Dinilai Unggul dari GrabFood dan ShopeeFood menurut Responden (Januari 2022)*. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-layanan-gofood-dinilai-unggul-dari-grabfood-dan-shopeefood>
- Ardiansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*.
- Ardiansyah, & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima) . *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)* .
- Aulia, D., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Pada GoFood. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 105-111.
- Baskara, I. B. (2018). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Impluse Buying) Pada Pengunjung Matahari Department StoreJohar PlazaJember). *Department of Management FEB UMM*.
- Cahya, A. D., Nurhajati, & Basalamah, R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Damayanti, A. F., Komariah, K., & Z, F. M. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Uang Elektronik Busway Pada Vending Machine. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1946-1952.

- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Ferdiandinata, R., Mappedeceng, R., & Ubaidillah. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Aplikasi Shopee. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 2198-2207.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 757-763.
- Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdhi, A., & Handoyo. (2022, Juni 15). *Riset: Permintaan Layanan Pesan Antar Makanan Tetap Tinggi Pasca Pandemi*. Diambil kembali dari industri.kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/riset-permintaan-layanan-pesan-antar-makanan-tetap-tinggi-pasca-pandemi>
- Hartono, C., Silintowe, Y. B., & Huruta, D. A. (2021). The Ease Of Transaction and E-Service Quality Of E-Commerce Platform on Online Purchasing Decision. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 81-93.
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Users di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 187-196.
- Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 255-262.
- Humaidi, Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 22-32.
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Merchant Go-Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 227 - 237.
- Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Banyumas*. (2022, November 15). Diambil kembali dari

banyumaskab.bps.go.id:

<https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2021/03/06/304/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-banyumas-2020.html>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Ed.* United States of America: Courier/Kendallville.
- Lestarie, N. A., Budianto, A., & Prabowo, F. H. (2022). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Pembelia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 194-200.
- Mahendra, H. A., & Putri, K. A. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business and Applied Management*, 019 – 034.
- Marzuq, M. A., & Andjarwati, A. L. (2020). Label Produk, Iklan Emosional Dan Diskon Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1222-1232.
- Maulana, T. M., & Nasir. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen pada Pengguna E-Commerce di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 368-384.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup . *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 145-162.
- Nabhani, A. (2022, 09 30). *Ketika Bisnis Tak Sekedar Cari Cuan - Inovasi Ekosistem Gojek Berikan Angin Segar Geliat UMKM*. Diambil kembali dari neraca.co.id: <https://www.neraca.co.id/article/169322/ketika-bisnis-tak-sekedar-cari-cuan-inovasi-ekosistem-gojek-berikan-angin-segar-geliat-umkm>
- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 1-7.

- Pahlevi, E., & Basuki, A. (2022). Pengaruh Brand Extension, Diskon, E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 132-138.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jagakarsa, Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Pramezwarly, A., Juliana, Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 24-31.
- Pratama, A. R., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee. *YUME : Journal of Management*, 138-146.
- Pratiwi, D., Sarwono, A. E., & Handayani, A. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee.co.id. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Puspitasari, D., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* , 147-167.
- Putra, P. Y., & Soebandi, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisionsto Nike Brand Sports Shoes in Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 208-218.
- Putri, A. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality dan Price Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1474–1481.
- Risanto, S., & Siagian, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan GoFood Pada Masa Pandemi Covid-19 di Jakarta*. Diambil kembali dari eprints.kwikkiangie.ac.id:
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3076/10/resume.pdf>
- Risti, L. L., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Diskon dan Penilaian Produk Mie Gacoan Malang Terhadap Keputusan Pembelian Online di Gofood. *Jurnal Distribusi*, 11 - 18.

- Rochman, F., & Pasaribu, A. (2022, Juli 06). *GoFood Pimpin Layanan Pesan Antar Makanan di Indonesia*. Diambil kembali dari antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/2980213/gofood-pimpin-layanan-pesan-antar-makanan-di-indonesia>
- Rosmaniar, A., Wandoyo, R., Kusuma, A., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Diskon dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge*, 20-27.
- Rosyidin, D. M., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Traveloka.com (Studi pada Konsumen Traveloka.com Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 41-49.
- Salsabila, F., Hidajat, W., & Nugraha, H. S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 265-271.
- Santoso, M. W., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 24-29.
- Santoso, S. (2020). *Paduan Lengkap SPSS*, 26. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryaningsih, I. B. (2019). Layanan Aplikasi Gojek: Validasi Skala Pengukuran IRSQ Persepsi Konsumen pada Pengguna Platform Go-Food. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 112-121.
- Tarigan, E. S., Silvani, A., Tarigan, J. S., & Hutagaol, J. (2022). Analysis Of Discount, Free Shipping And Product Diversity On Product Purchase Decisions On The Shopee Marketplace. *Jurnal Ekonomi*, 292-297.
- The Habit of Online Food Delivery – JAKPAT Survey Report*. (2022, November 13). Diambil kembali dari Jakpat.net: <https://blog.jakpat.net/the-habit-of-online-food-delivery-jakpat-survey-report-2022/>

- Utami, S. (2019). Perubahan Status Lifestyle Komsumtif Perempuan Dalam Menggunakan Online Shop. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender dan Anak*, 483-500.
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh Lifestyle, Percieved Ease Of Use dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakaian Online. *Psyche 165 Journal*, 165-173.
- Yuli, & Marpaung, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Miniso di Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNA). *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 57-68.
- Zaky, N. S., Nugraha, H. S., & Farida, N. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 70-79.

