

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Febrianti, E., Karima, D. A., Dhia Iqbal, A., & Setiani, E. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt Goto Gojek Tokopedia Untuk Pertumbuhan Jangka Panjang Pasca Ipo. *Gemilang: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), 49–59. <https://doi.org/10.56910/Gemilang.V3i2.606>
- Ali, H., Octavia, A., & Sriayudha, Y. (2022). Determination Of Purchase Decision: Place, Price And Service Quality (Literature Review). *Dinasti International Journal Of Economics, Finance And Accounting*, 2(6), 658–668. <https://doi.org/10.38035/Dijefa.V2i6>
- Alimudin, A., Sukoco, A., Wulandari, A., Damayanti, E., & Yunqanzun, S. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Pengemudi, Diskon Harga Dan Diskon Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Gempolklutuk Village*.
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye, Ed.; 1st Ed.).
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1, 1419–1430.
- Augi, G. G., Sambung, R., & Panjaitan, O. W. O. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Motivasi Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1, 1–13.
- Azizah, S. N., & Maulana, A. (2024). Jurnal Ilmu Manajemen Kualitas Pelayanan, Harga Dan Keputusan Pembelian Go-Food Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2). <https://doi.org/10.32502/Jimn.V13i1.6742>
- Christoper, N., & Hutapea, J. Y. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Gofood Dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6484–6492.
- Dilasari, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store Di Kota Magelang. *Prosiding 2nd Business And Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology*, 743–754.

- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (Bmaj)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i2.6663>
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken And Pizza Dijambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* , 8, 744–749.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (Pls) Dilengkapi Software Smartpls 3.0 Xlstat 2014 Dan Warpls 4.0* (4th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawati, D., Astuti, W., & Rini, E. F. (2020). *Kesiapan Kota Madiun Terhadap Penerapan Konsep Kota Kreatif Gastronomi*. <http://jurnal.uns.ac.id/jdk>
- Islahuben, I., Catur Widayati, C., Yenita, Y., & Setya Budiawan, L. (2023). The Influence Of Product Quality, Promotion And Price On Purchasing Decisions. *Journal Of Accounting And Finnance Management*, 4(3), 258–265. <https://doi.org/10.38035/Jafm.V4i3>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani, Eds.; 13th Ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e Global Edition* (Vol. 15e). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles Of Marketing* (4th Ed.). Pearson Education Limited .
- Lianita, A., & Widodasih, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Konsentrasi Pemasaran Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa). *Jurnal Manajemen*, 13, 15–24.
- Minarti, M. S., & Nainggolan, N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi* , 4, 210–217.

- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik Dengan Smartpls: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, & Structural Equation Modeling*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan N, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43–53.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran* (1st Ed.). Idea Pressyogyakarta.
- Nisa, M., Sudarno, & Sugito. (2021). Moderating Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square Pada Pemodelan Penerimaan Dan Penggunaan Dompot Digital Di Kota Semarang. *Jurnal Gaussian*, 10(1), 66–75. <https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Gaussian/>
- Nupus, H. (2022). Can Experiential Marketing, Product Innovation And Brand Image Be The Solution For Consumer Purchase Decisions At A&W Restaurant: Case Study In Carrefour Serang. *Management, Business And Social Science (Ijembis) Peer Reviewed-International Journal*, 2(1). <https://Cvodis.Com/Ijembis/Index.Php/Ijembishttps://Cvodis.Com/Ijembis/Index.Php/Ijembis/Article/View/50>
- Nurhaliza, & Rakhmawati, S. (2022). Determinan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Jurna; Ilmiah Multidisiplin*, 1, 10–19.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran ( Consumer Behavior & Marketing Strategy)* (9th Ed.). Mcgraw-Hill Education (Asia) And Salemba Empat.
- Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia*. [Www.Kominfo.Go.Id,2019](http://Www.Kominfo.Go.Id,2019)
- Rahmawati, D., & Chan, S. (2022). Pada Kopi Janji Jiwa Citra 6 Kalideres). *Jfm : Journal Of Fundamental Management*, 2(2). <https://Doi.Org/10.22441/Jfm.V2i2.17745>
- Randazzo, W. G. (2014). *Developing Successful Marketing Strategies* (1st Ed.). Businnes Expert Press, Llc.
- Rasyiddin, A., Rini, E. S., & . F. (2022). The Influence Of Service Quality, Product Quality, Price And Promotion On Ayampenyet Jakarta (Apj) Purchase Decisions On Sm Raja Medan Branch. *International Journal*

*Of Research And Review*, 9(1), 392–398.  
<https://doi.org/10.52403/Ijrr.20220146>

- Safari, T., Ristanto, H., & Astutik, D. (2023). Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online ShopeeFood. *Jurnal Ilmiah Aset*, 25(1), 93–98. <https://doi.org/10.37470/1.25.1.219>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i5.931>
- Sari, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Pelanggan Go-Food Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 26–42.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Mmanajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Partial Least Square Sem (Pls-Sem)*. Andi Yogyakarta.
- Segoro, W., & Rifaldi, M. R. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Netflix*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Setiaji, J., Handayani, S., Studi Strata, P., Manajemen, J., & Dharmaputra Semarang, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv Mulia Utama Semarang. *Jurnal Dharma Ekonomi*, 29(1), 32–47.
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/Ejurnal/Index.php/Infortech139>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd Ed.). Penerbit Alfabeta.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 6).
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Journal Of Applied Business And Economics (Jabe)*, 7, 450–457.

- Susilo, H. (2024, May 22). *Masyarakat Indonesia Doyan Pesan Makanan Via Food Delivery, Ini Alasannya*. Youth Insight Center Narasi. <https://Narasi.Tv/Read/Narasi-Daily/Masyarakat-Indonesia-Aktif-Menggunakan-Jasa-Food-Delivery-Kecepatan-Dan-Harga-Kunci-Menarik-Minat-Konsumen>
- Taufiqurrohman, R. M., & Lukiarti, M. M. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Realme Di Kecamatan Rembang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 32–40.
- Teddy, A., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (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*.
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* , 8, 70–78.
- Wijayanti, S. N., & Lestari, B. (2023). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Gofood. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9.
- Yolanda, A. L., & Nuryati. (2021). The Influence Of Service Quality, Price, And Promotion On Go-Food Purchase Decision On Go-Jek In Sukoharjo District. In *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* (Vol. 6, Issue 2). [Http://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id](http://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id)