

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbalove. (2024). 10 Perubahan Perilaku Konsumen Di Indonesia Dan Cara Tepat Untuk Pebisnis Menyikapinya - Abbalove Ministries. Abbalove.
- Agustina, E. S. (2024). Pengaruh Program *Flash Sale* Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pengguna Tiktok Shop ( *The Influence Of Flash Sale And Cashback Programs On Impulsive Buying Behavior Among Tiktok Shop Users* ). 51–57.
- Al-Suqri, M. N., & Al-Kharusi, R. M. (2015). Ajzen And Fishbein's *Theory Of Reasoned Action* (Tra) (1980). Information Seeking Behavior And Technology Adoption: Theories And Trends, 1980, 188–204. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9.ch012>
- Amirah Jilan Fakhira, Zulhendry, & Anriza Witi Nasution. (2022). Pengaruh Promosi, *Review* Konsumen, Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grabfood Dimasa Covid-19. 236–245.
- Andalusi, R., Maulana, A., & Jamil, I. (2024). Pengaruh Promosi Dan Variasi produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pt Mahadaya Mentari Jaya). 1192, 250–260.
- Anjani, A. P. (2021). Analysis Of Product Variation And Service Quality On Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. 1(2), 295–309.
- Asri Nugrahani, A., & Widiartanto. (2023). Pengaruh Ulasan pelanggan Dan *Online Customer rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee . 1–11.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Perkembangan Indeks Produksi Triwulanan Industri Mikro Dan Kecil 2023. Badan Pusat Statistik.
- Cahyani, P., & Niken, P. (2022). The Effect Of Brand Trust And Brand Loyalty On Adidas Purchase Decision In Bandar Lampung. 11(1), 86–94.

- Databoks. (2024). Indonesia, Pasar *Online* Food Delivery Terbesar Di Asia Tenggara. Katadata.Co.Id.  
<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Infografik/2024/02/20/Indonesia-Pasar-Online-Food-Delivery-Terbesar-Di-Asia-Tenggara>
- Dr. Ekawati Rahayu Ningsih, Sh, M. (2021). Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran.
- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Jurnal Economina. 2(September), 2628–2643.
- Gojek. (2024). Surga Makanan Penuh Hadiah Dari Gofood X Maliq & D’essentials! <https://www.Gojek.Com/Blog/Gofood/Surga-Makanan-Penuh-Hadiah-Gofood-X-Maliq-D-Essentials>
- Khalikussabir, Jannah, M., & Budi, W. (2021). Pengaruh Diskon *Flash Sale*, *Rating* Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. 38–51.
- Koagouw, N. V, Mandey, S. L., Karuntu, M. M., Manajemen, J., Universitas, B., & Ratulangi, S. (2024). Pengaruh *Price Discount* , Ulasan pelanggan Dan Digital Payment Method Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Layanan Go-Food Pada Masyarakat Kelurahan Malalayang 1 Timur The Effect Of *Price Discoun*. 12(3), 278–288.
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., Walangitan, O., & Ratulangi, U. S. (2022). Pengaruh Variasi produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou . Id Pada Media Sosial Instagram. 3(2).
- Komariah, N. D., Arief, M. Y., & Fandiyano, R. (2024). Pengaruh E-Wom Dan Variasi produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Pengguna Gofood, Dengan *Price Discount* Sebagai Variabel Pemoderasi. 3(2), 350–364.
- Liputan6. (2024). Pesan Gofood Bisa Langsung Via Google Search Dan Maps, Simak Tipsnya Di Sini - Tekno Liputan6. Liputan 6.

<https://www.liputan6.com/teknoread/5613591/pesan-gofood-bisa-langsung-via-google-search-dan-maps-simak-tipsnya-di-sini>

- Malafitri, N., Sujarwo, M., & Murdiati, S. (2022). Analisis Pengaruh *Flash Sale* , Ulasan pelanggan, Dan *Online Customer rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Di Marketplace Shopee. 3(1), 21–34.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. 6(1), 9–13.
- Mega, K. I., Rukmigarsari, E., & Walida, S. El. (2021). Menentukan Ukuran Sampel Penelitian Di Bidang Matematika Pada Skala Data Metrik. Jp3, 16(1), 98–102.
- Narasi. (2024). Masyarakat Indonesia Doyan Pesan Makanan Via Food Delivery, Ini Alasannya. In Narasi. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/masyarakat-indonesia-aktif-menggunakan-jasa-food-delivery-kecepatan-dan-harga-kunci-menarik-minat-konsumen>
- Natari, D., Gultom, P., & Khairunnisa, T. (2023). Pengaruh Promo Diskon Brandday & *FlashSale* Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Medan Menggunakan Layanan Grabfood Pada Aplikasi Grab Dian. 1(5).
- Priambudi, Awaludin, Q. R. Al, & Yusuf, A. (2024). *Economic Reviews Journal*. 3, 1239–1246. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.284>
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh *Flash Sale* , Live Shopping , Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Skintific Di Shopee ( Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya ). 2, 2740–2755.
- Saputra, M., Pratisti, C., Sari, N., & Paramitasari, N. (2022). Consumer Purchase Decisions On *Food and Beverage* Delivery Services On The Gofood Application. 88–92.

- Sari, T. R., & Mustaqim, M. (2024). Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Keputusan Pembelian : Customer Review Dan Customer rating Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi ( Studi Pada Grabfood ). 6, 215–220. <https://doi.org/10.37034/infec.v6i1.829>
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., Warshaw, P. R., & Hartwick, J. O. N. (1988). The Theory Of Reasoned Past Action : Meta-Analysis Of With Modifications For Recommendations And. Journal Of Consumer Research, 15(3), 325–343. <http://www.jstor.org/stable/2489467>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta, 1-11. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D.
- Tantri.Id. (2024). Aplikasi Pesan Makanan *Online*: 15 Contoh, Manfaat & Tutorial. Tantri Id. <https://tantri.id/post/aplikasi-pesan-makanan-online>
- Ulfa. (2024). Strategi Gojek Lewat Food Delivery Dorong Umkm Ri Bangkit Pasca Pandemi. Okezone.Com. <https://www.idxchannel.com/market-news/strategi-gojek-lewat-food-delivery-dorong-umkm-ri-bangkit-pasca-pandemi>
- Yunus, I. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen : Perspektif. 3, 36–47.