

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Y. S. (2023). *Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Menggunakan Aplikasi Grabfood (Studi Kasus Remaja Di Kota Cirebon) (Doctoral dissertation, SI-Ekonomi Syariah).*
- Anggraini, N. P. N., Restuningtyas, Y. A., & Jodi, W. G. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Online Customer Review pada Keputusan Pembelian Online. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 87–96. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i2.196>
- Ardiansyah, A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madiun. IAIN PONOROGO.*
- Baktiar, M., & Rochdianingrum, W. (2024). Pengaruh Promosi Aplikasi, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Coffeeshop Belikopi. *Jurnal Pengetahuan Dan Penelitian Manajemen (JIRM)*, 13(5).
- Citra Amalia, A., & Sagita Putri, G. (2019). *Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya.* <http://sosial.unmermadiun.ac.id/index.php/sosial>
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinel, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82.
- Fakhira, & Nasution. (2022). *Pengaruh Promosi, Review Konsumen, dan Kesadaran halal terhadap Keputusan Pembelian Pada Grabfood dimasa COVID-19.*
- Gunarsih. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2, 697–72.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Herison, R., Fachmi, M., & Ismail, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Jasa Grab Food di

- Kota Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 1(2), 24–31.
<https://doi.org/10.37531/amar.v1i2.131>
- Hermawan, S., & Amirullah, M. S. (n.d.). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Indri Pratiwi, N., Luk Fuadah, L., & Sriwijaya, U. (2024). *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science The Influence of Environmental, Social, and Governance (ESG), Political Connections, Gender Diversity, and Capital Intensity on Tax Avoidance*.
<https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>
- Kambali, & Syarifah. (2020). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)*. 10.
- Katherina, H. (2020). *Gen Z The Next Big Thing*. Nielsen Company (US). Confidential and proprietary.
- Kurniawan. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. 1 No. 4.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan GoJek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Agora*, 4(2).
- Mayasari, N., & Anasrulloh, M. (2023). *Pengaruh Harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Layanan Grabfood pada Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Semester VII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI)*.
- Muna, A. (2023). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Gofood (Studi pada Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2019)*. IAIN Kediri.
- Nalurita, & Naufal. (2023). *Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian SHOPEEFOOD PADA MAHASISWA UNIVERSITAS DIRGANTARA MARSEKAL SURYADARMA JAKARTA*. 13.
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374–381. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>

- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi GrabFood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115.
- Putri Imelda Sabila, Salsa Ainurrohmah, Slamet Bambang Riono, & Muhammad Syaifulloh. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmindo Jayaberkah. *CiDEA Journal*, 2(2), 139–159. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.1368>
- Putri, L. H. (2016). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget delicYF. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).
- Rachmansyah, M. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Layanan Shopee Food Di Universitas Nasional. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8970–8979.
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). Baruan Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Studi pada Pengguna Jasa Grabfood di Kota Manado pada masa Pandemi Covid-19). In *1482 Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Richadinata, K. R. P., Astitiani, N. L. P. S., & Saputra, I. G. N. M. Y. S. Y. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Grabfood selama COVID-19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(4), 845. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i04.p11>
- Rodiaminollah, M., Ali Fahmi, M., & Qomariyah, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (kajian pada warung goreng cabang purnama di jl.Wahid Hasyim Kabupaten Sampang)*. 6. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>
- Rohaen Heni, & Marwa Nisa. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2.
- Ryansa, M., Widiartanto, W., & Pradhanawati, A. (2023). Pengaruh Pengalaman

- Pelanggan dan Pemberian Diskon terhadap Minat Pembelian Ulang GrabFood di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Generasi Z Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 573–581.
- Salengo, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen GoFood Pada PT. GoJek*. Universitas Tridianti Palembang.
- Salsabila. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Inovasi Produk*.
- Santoso. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.7>
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilm. Kel. &Kons*, 11(3).
- Santoso, I. (2016). Peran kualitas produk dan pelayanan, harga dan suasana restoran cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi Asia*, 15(1), 94.
- Sari, T., & Mustaqim, M. (2024). Keputusan Pembelian: Review Pelanggan dan Penilaian Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada GrabFood). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 215–220.
- Setiawan, H., & Murtiyanto, R. K. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Grabfood Pada Masyarakat Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 242–246.
- Setiawan, I. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. FEB UIN JAKARTA.
- Setiyadi, A., Siswanto, D., & Santoso, I. (2019). *Analisis Pendapatan Usahatani Padi di Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara*. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/agrisocionomics>
- Subowo, & Had Moh. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 79. <https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.6939>
- Sugiyono, & Hidayati, L. N. (2018). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*

(STIESIA) Surabaya.

- Sulistiyawati, A., Made, N., & Seminari, N. K. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Indus Ubud Gianyar*. Udayana University.
- Sulistiyawati, & Seminari. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan Resto Indus Ubud Gianjar*. 8.
- Teknologi, P., Dalam, I., Pekerjaan, M., Luar, D., Hendri, N., Meisak, D., & Irawan, B. (2024). Pelatihan Menulis Buku Untuk Keterampilan Peserta Didik LPPKS GHS dengan Tema. *JPMU*, 3, 59. <https://doi.org/10.33998/jpmu.v3i1>
- Tinggi, S., Lancang, I. A., & Dumai, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terdapat Kepuasan Pelanggan*.
- Trisnawati, R., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). *Simba Seminar Inovasi Majemen Bisnis dan Akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun FOOD DELIVERY DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Empiris pada Pengguna Grabfood di Kota Madiun)*.
- Wahyuningsih, I. (2018). Intenasi Konsumsi terhadap Kosmetik dan Produk Skincare Halal di Indonesia: PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. In *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)* (Vol. 3, Issue 1). www.jurnalakademikjeba.yarsi.ac.id
- Wijaya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Asosiasi Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1–16. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1082>
- Winardy, I., Yanti Purba, P., Chaniago, C., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2021). The Positive Impact of Product Quality, Price, and, Promotion on Purchasing Decision of Toyota Innova Cars. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Yumika Herman, Y., & Budiarmo, A. (2023). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Online Service Convenience terhadap Online Repurchase (

Studi Kasus pada Pengguna Grabfood Generasi Z). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 12, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Zahro Maftuhah Hasanah, & Titin Hargyanti. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood Di Kota Boyolali*.
2.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**