

DAFTAR PUSTAKA

- Al Chalabi dan Turan. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.
- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Alfitroch, U. A., Farida, E., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Iklan, Promo Gratis Ongkos Kirim, dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Belanja Online (Studi Kasus pada Warga RT 8 Kelurahan Karangbesuki Kota Malang). *E-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(1), 71–78. www.fe.unisma.ac.id
- Annur, C. M. (2024). *Indonesi Rajai Pasar Online Food Delivery di Asia Tenggara pada 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/ffb024a74faa9ac/indonesia-rajai-pasar-online-food-delivery-di-asia-tenggara-pada-2023>
- Asiva Noor Rachmayani. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Astana, I. G. M. O., & Amanda, P. A. (2019). Pengaruh Shopping Lifestyle, Price Discount dan Product Quality terhadap Impulse Buying Di Ud. Kharisma Desa Tamblang. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 150–162.
- Atilah, N. S. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Price Disount, Bonus Pack, dan Brand Image Terhadap Konsumn dalam Melakukan Impulse Buying pada Produk Oriflame di Kota Lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, II(3), 483–493.
- Az-zahra, H. N., Tanya, V. A., Apsari, N. C., Studi, P., Ilmu, S., Sosial, K., Padjadjaran, U., Sosial, K., Masyarakat, P., & Padjadjaran, U. (2021). Layanan Online Food Delivery dalam Membantu Meningkatkan Penjualan pada Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156–165.
- Beoku. (2019). *Beoku Indonesia*. PT Kuryotech Indonesia. <https://www.beoku.com/detailproduk/index?id=11688&isfromagent=1&agen=505>
- Burda, A., & Tyas Kusumo, A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan, Loyalitas, dan Kepercayaan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(2), 087–100.

<https://doi.org/10.33476/jeba.v7i2.3417>

Cuck, M. (2024). *No Title*. Macaroni. <https://macaronicuck.co.id/>

Cynthia Ayu Manggarani, Badrudin, R., & Patirol, S. P. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. K-Media.

Damayanti, A. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 660–669. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1132>

Dewi, E. K., Salehawati, N., & Susanto, E. (2023). Manajemen Pemasaran Produk. In *Liberty*, Yogyakarta.

Dinar, I., Sasikirirana, V., Dewi, A. S., Khazuran, Q. A., Firdausy, S. P., & Oktavia, D. R. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 167.

Dinawan, M. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), 335–369. www.cahyamotor.com/index

Dyah Nirmala Arum Janie. (2021). Statistik Deskriptif & Refresi Linier Berganda dengan Spss. In A. Dr. Hj. Ardiani Ika S., S.E., M.M. (Ed.), *Semarang University Press* (Issue April 2012). Semarang University Press.

ESB. (2024). *5 Faktor Layanan Pesan Antar Makanan Makin Menjamur*. Ahlinya Bisnis Kuliner. <https://www.esb.id/id/inspirasi/5-faktor-layanan-pesan-antar-makanan-makin-menjamur>

Firmansyah, M., & Setiadarma, W. (2020). Layanan Pesan Antar Sebagai Inspirasi Penciptaan Seni Instalasi. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, III(2), 147.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Degan Program IMB SPSS Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunungkidul, D. (2024). *No Title*. Gunungkidul Handayani. <https://smartcity.gunungkidulkab.go.id/wp-content/uploads/2024/09/samrtcity-agustus.png>

Handayani, O. P., & Meitawati, T. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Islam. 24(3), 257–270.

Hasdan, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepi Kemudahan pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen Sains*, 189.

Kapriani, K., & Ibrahim, I. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2050>

M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku*

Pemasaran Produk Dan Merek, August, 143–144.

- Manajemen, J., Bisnis, F. H., & Bangsa, U. D. (2024). *E-commerce, Persepsi Pelanggan, Minat Beli*. 08(02), 1–9.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Maulana, R., & Isa, M. (2021). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas. *Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 402–411.
- Muliyah, P., Aminatun, D., Nasution, S. S., Hastomo, T., Sitepu, S. S. W., & Tryana. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Murniwati, M., Yusnaldi., & A. (2023). Pengaruh program Cashback Xtra dan Gratis Ongkir Xtra terhadap Peningkatan Penjualan Toko “Tencomp” pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi Dn Humaira*, 6 (2), 138–154. <https://doi.org/10.33753/madani.v6i2.273>.
- Musnaini, Suherna, & Wijoyo, H. (2020). *Digital Marketing*. CV. Pena Persada.
- Niswaningtyas, R. A., & Hadi, M. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform E- Commerce Shopee Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D-Iv Manajemen Pemasaran Di Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 175–179.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 929.
- Nurmalina, R. (2019). *Pemasaran : Konsep dan Aplikasi* (M. C. Cahadiyat & D. A. Lestari (eds.); Kedua). IPB Press. [https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/81341/2/Pemasaran Konsep dan Aplikasi.pdf](https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/81341/2/Pemasaran%20Konsep%20dan%20Aplikasi.pdf)
- Pandhita, & Bonavhisna. (2023). Motif dan Pola Penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi. *AGORA Vol. 7, No. 1, (2019)*, 398–298.
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia – 2019/2020*, 4.
- Putri Sari, Nabila, J. G. (2021). Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Niat. *JURNAL SAINS DAN SENI*, 90.
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281.

<https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>

- Rauf, A., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Vigory Gloriman Manalu, A. R., Manullang, S. O., P.S, T. E. A., Awaluddin, F. D. I. A. R., Muniarty, P., Mundzir, H. F. A., & Manalu, V. G. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. INSANIA.
- Retnowati, Asep, Zebua, W. D. A., & Sahrul, M. (2021). *Pelayanan Transportasi Online Di Inadonesi* (Izzatusholekha (ed.); 1st ed., Vol. 19, Issue 1). UM Jakarta Press.
- Ridania, W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Local Product dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris pada Konsumen Produk. In *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Magelang*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Rifqi, & Jamaludin, J. (2022). Memanfaatkan Teknologi Digital Dalam Berwirausaha Di Era Globalisasi Untuk Menarik Minat Generasi Milenial. *3rd Annual Applied Science and Engineering Conference (AASEC 2020)*., 4, 1–5. [http://eprints.umsida.ac.id/10603/%0Ahttp://eprints.umsida.ac.id/10603/1/Memanfaatkan Teknologi Digital Dalam Berwirausaha Di Era Globalisasi Untuk Menarik Minat Generasi Milenial.pdf](http://eprints.umsida.ac.id/10603/%0Ahttp://eprints.umsida.ac.id/10603/1/Memanfaatkan%20Teknologi%20Digital%20Dalam%20Berwirausaha%20Di%20Era%20Globalisasi%20Untuk%20Menarik%20Minat%20Generasi%20Milenial.pdf)
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image*, 56.
- Rumambi, F. J. (2022). Apakah kepuasan pelanggan Shopee bergantung pada voucher diskon dan gratis ongkir? *Jurnal Manajemen & Bisnis Asmi*, 08(2), 88–100. <http://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/JMBA/article/view/501>
- Salsabila, H. Z., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Resiko Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 89.
- Saragih, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Bastard Clothing. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 6(3), 8.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Satria, E. (2023). Brand Image , Persepsi Harga , DAN Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 1–11.
- Sigit t, Triyani, D., & Niati, A. (2021). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 24(01), 17–29.

- Sudirjo, F., Wahyuningtyas, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In A. Asari (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (1st ed., Vol. 11, Issue 1). PT Mafy Media Literasi Indonesia. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta.
- Susilawati, T., Yuliansyah, F., Romz, M., & Aryan, R. (2020a). Membangun Website Toko Online Pempek Nthree. *Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*, 4(3), 34.
- Themba, O. S. (2019). Price Discount, Sales Promotion Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pt Matahari Departement Store Makassar. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 16(2), 168–175. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/656>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2019). *Digital Marketing*. PT. Literindo Berkah Karya.
- Widya, F., Asrila, W., Dina, B., Ilahi, W., Nofirda, F. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Teknologi Digital dan Daya Tarik Konsumen terhadap Produk UMKM Di Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27858–27864.
- Wikandari, M. G. & R. (2019). *Kuliner Pedas Indonesia.pdf* (T. A. Prabawati (ed.)). Nightoon Cookeries.
- Wikara, B. P. S., & Hidayati, U. (2023). Motif dan Pola Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta Motives and Patterns of Using the Food Delivery Service Application Among Students in Yogyakarta. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Willis, A., Barus, R. K. I., & Suharyanto, A. (2022). Pengaruh Voucher Terhadap Minat Kunjung Ulang Pada Pelanggan Srikandi Botanica Medan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 4(1), 52–61. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1151>
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In F. Rezeki (Ed.), *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2). PT Kimshafi Alung Cipta dan Penulis.
- Yusniah, Y., Putri, A., & Simatupang, A. (2022). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi: Akar Revolusi dan Berbagai Standarnya. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 330–337. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i2.2460>
- Puspitasari & Aprileny (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi,

Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT Sido Muncul Kebon Jeruk). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2019-2020, <http://repository.stei.ac.id/3393/1/jurnal%20riana.pdf>

Robaniyah & Kurnianingsih (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO. *Jurnal Image* Vol 10 no 1 53-62.

Kusumaningati, D., Astuti, P., & Priyanto, A. (2024). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace. *Jurnal Ekonomi Akuntansi&Manajemen*. Vol, (1) 1-18.

Chotimatuz, N., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*. Vol, (10) No. 2 Hal. 284-293