

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, E. A., Pandjaitan, D. R., & Ramelan, M. R. (2023). *Pengaruh gaya hidup, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan GoFood pada masa pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung*. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 5(1), 1–12.
- Apipudin, A., & Santosa, B. (2022). Pengaruh promosi *Online*, harga, dan model transaksi terhadap keputusan pembelian pada layanan GoFood di aplikasi Gojek. *PSHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 321–329.
- Ariyanto, A., et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Arsa, A. K., & Cahyaningratri, C. (2022). Analisis pengaruh persepsi harga, servicescape, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada coffee shop di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–10.
- Azizah, S. N., & Maulana, A. (2024). Kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian Go-Food di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 133–146.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Darmawan, I. G. D., & Pramudana, K. A. S. (2022). Pengaruh iklan, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain songket Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 255–276.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2018). *Consumer behavior* (12th ed.). Cengage Learning.
- Fuadah, A. T., & Maski, G. (2024). Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Food. *ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE IN FOCUS*, 3(1), 190–203.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh kepercayaan, kemudahan transaksi, dan promosi terhadap keputusan pembelian *Online* pengguna situs Shopee. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 18(2), 146–150.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif). In *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warnaningtyas,

- Ed.; 1st ed.). Lakeisha.
- Kim, J., Xu, Y., & Gupta, S. (2020). *Which is more important in Online food delivery services: Price or convenience?* Journal of Retailing and Consumer Services, 54, 102034.
- Khoirunnisa, N., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh harga dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian berulang dengan perilaku pembelian impulsif sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna GoFood di Kota Bandung). *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3667–3675.
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh produk, persepsi harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Solo Raya. *Creative Research Management Journal*, 4(1), 1–10.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Maulidia, R., & Harti, H. (2021). Preferensi gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan memilih merek makanan fast food di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1300–1306.
- Mulyadi, M., Virgiantari, N. M. P., Wirsa, I. N., & Saputri, L. G. E. A. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP, STRATEGI PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEEFOOD DI KOTA DENPASAR. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(5), 461–474.
- Nurfajrina, A., Handayani, T., & Sari, L. P. (2021). Pengaruh kesadaran halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran Jepang di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 30–46.
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Pradita, P. D., Wijayanto, A., & Saryadi, S. (2024). Pengaruh gaya hidup, *Brand Image* dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Samsung Store Plaza Simpang Lima Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 109–118.
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan Se'i Sapiku Surabaya. *JPTN: Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1417–142
- Prilica, R. R. T., & Patrikha, F. D. (2024). Analisis perilaku pembeli pada aplikasi pembelian makanan secara *Online* di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 754–769.

- Putri, A. K., & Nurtantiono, A. (2024). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap keputusan pembelian Go-Food di Kota Solo. *ASSET: Jurnal Bidang Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 21–32.
- Putri, D., & Yosepha, S. Y. (2023). Pengaruh promosi Instagram dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada restoran cepat saji Burger King di Jatiasih. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1021>
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). Peran keputusan pembelian memediasi kualitas produk, persepsi harga, dan *Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2020). *Consumer behavior* (13th ed.). Pearson Education.
- Sinaga, A. B., & Tambunan, T. S. (2023). *Pengaruh promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Go-Food di Kota Medan*. *Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, 1(3), 69–76.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tandon, A., Kaur, P., Dhir, A., & Mäntymäki, M. (2021). Why do people purchase from food delivery apps? A consumer value perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102667.
- Tiarailsa, S., Hidayat N, R., Kusuma, Y. B., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh *brand image*, promosi dan harga terhadap keputusan penggunaan aplikasi Grabfood di Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 162–168.
- Ulfah, M., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh *modernitas* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 237–245.
- Valentine, L., Aisyah, M. N., Riono, S. B., Yulianto, A., & Zaman, M. B. (2023). Analisis persepsi harga, cita rasa, kualitas layanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian ulang Mie Gacoan Tegal: Studi kasus pada mahasiswa UMUS. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 409–428.
- 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(1), 70–78.
- Yunus, M. (2026). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Asha Publishing. <https://doi.org/10.63164/688106>

Zhao, Y., & Bacao, F. (2021). *How does the pandemic facilitate mobile payment? An Investigation on Users' Perspective under the COVID-19 Pandemic.* Journal of Retailing and Consumer Services, 58, 102291.