

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung). (*Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia*), 15.
- Aditi, B., & Hermanyur, H. M. (2019). Pengaruh ketanggapan, diskon harga dan bukti fisik terhadap kepuasan konsumen dengan sikap konsumen sebagai variabel moderating pada PT Go-Jek di kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 1-11.
- Afifah. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap keputusan pengambilan kredit pada Peer-to-peer Lending di DKI Jakarta. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*.
- Aksiomatik. (2019, Oktober 2). *Uji Validitas Menggunakan Korelasi Pearson SPSS*. Dipetik November 5, 2021, dari Aksiomatik:  
<https://www.aksiomatik.web.id/2019/10/uji-validitas-menggunakan-korelasi.html>
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). EXAMINING THE EFFECT OF PRODUCT ASSORTMENT AND PRICE DISCOUNT TOWARD ONLINE PURCHASE DECISION OF UNIVERSITY STUDENT IN INDONESIA. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 101.
- Aripin, Z., & Negara, M. P. (2021). *PERILAKU BISNIS ETIKA BISNIS & PERILAKU KONSUMEN*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aryatinigrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh pemberian price discount terhadap loyalitas konsumen pada pengguna online marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 947.
- Azis Syaefurohim, A. (2022). *PENGARUH VOUCHER DISKON, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA LAYANAN GOFOOD SAAT MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Buchori Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Chaniago, S., Ginting, B. b., Nabella, S. D., Mahyudin, & Novirsari, E. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA OVO DITINJAU DARI KEMUDAHAN, PRICE DISCOUNT DAN KEPUASAN* (1st ed.). Surabaya: Global Aksara Pers.
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 50-62.
- Databoks. (2020, 10 12). *GoPay dan GoFood, Layanan Gojek yang Paling Sering Digunakan selama Pandemi*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/12/gopay-dan-gofood-layanan-gojek-yang-paling-sering-digunakan-selama-pandemi>
- Databoks. (2020, 10 12). *Pesan Makanan Online Jadi Pengeluaran Terbanyak Konsumen saat Pandemi*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/12/pesan-makanan-online-jadi-pengeluaran-terbanyak-konsumen-saat-pandemi>
- Databoks. (2022, 3 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 1744-1758.
- detik.com. (2022, 8 31). *330 Ribu Mahasiswa Baru Banjiri Malang, Apa Pengaruh dan Dampaknya?* Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6263704/330-ribu-mahasiswa-baru-banjiri-malang-apa-pengaruh-dan-dampaknya>
- Dewi Astuti, S. (2022). *Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Dewi, I. K. (2018). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

- Dirgantara N, M. (2019). *Pengaruh Diskon harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Matahari Departemen Store Mall Panakukang dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- entrepreneur, j. (2020). 7 Jenis Bisnis e-Commerce yang Perlu Anda Ketahui! *jurnal entrepreneur*, 1.6.
- Fandy, Tjiptono, (2011), Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- Fandy Tjiptono, P. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4. *Yogyakarta: Andi*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graciola, A. P., De Toni, D., de Lima, V. Z., & Milan, G. S. (2018). Does price sensitivity and price level influence store price image and repurchase intention in retail markets?. *Journal of retailing and consumer services*, 44, 201-213.
- gojek. (2018, 11 1). *5 Strategi Diskon yang Paling Menarik Perhatian Pelanggan*. Retrieved from gojek: <https://www.gojek.com/blog/gofood/strategi-diskon/>
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., . . . Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hikmawati, A., & Megawati, L. (2022, 9). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood (survey Pada Follower Akun Instagram @gofoodindonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 16, 51. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.7058907>
- Hutagaol, C. R., & Sembiring, H. B. (2021). PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMASANG IKLAN PADA PT. SUMO INTERNUSA INDONESIA. *JURNAL GLOBAL MANAJEMEN*, 115.
- l Khuluqo, I. E., & Hikmat, A. (2022). The Role of E-Commerce in Improving the Community's Economy During the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 4(1), 91-92
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.

- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 112-122.
- Irawan, H. (2015). Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan (Ketiga). *Jakarta: Gramedia*.
- Irfan, M. (2022). Peran Harga dan Kualitas Produk Bagi Konsumen Melakukan Pembelian Ulang di Toko Roti Primadona Surabaya. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3, No.1, 30-36.  
doi:<https://doi.org/10.47065/jbe.v3i1.1345>
- Jantyyik, L., & Török, Á. (2020). Estimating the Market Share and Price Premium of GI Foods—The Case of the Hungarian Food Discounters. *Sustainability*, 1-15. doi:<https://doi.org/10.3390/su12031094>
- jurnal.id. (2018, 11 29). *7 Jenis Bisnis e-Commerce yang Perlu Anda Ketahui!* Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/>
- Khoirnisya, N., & Bestari, D. K. (2022, 9). Pengaruh Harga dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Berulang dengan Perilaku Pembelian Impulsif Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna GoFood di Kota Bandung). *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5, Nomor 9, 3667-3675. doi:<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.848>
- Kompas. (2022, 08 14). *Pengertian E-commerce dan Bedanya dengan Marketplace*. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace?page=all#page2>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing* (9th ed.). Australia: Pearson Australia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*. (16th Ed.). England: Pearson Education Limited.

- Laudon, K., & Laudon, J. (2014). *Management information systems Managing the Digital Firms* (13 ed.). (S. Wall, Ed.) The United States of America: Pearson Education.
- Lee, S. H., Weng, P. C., & Lee, J. H. (2016). Evaluating the Effects of Product Quality and Branding on Perceived Price and Purchase Intention in International Cafés, Selangor, Malaysia. *Culinary science and hospitality research*, 22(1), 61-69.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73-89.
- Mahadika, P., & Lubis, Z. (2022). Pengaruh Periklanan dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran All You Can Eat. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 38.
- Manggala, F. F. (2014). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG HANDPHONE SAMSUNG JENIS ANDROID DI MAGELANG. (*Doctoral dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi*), 20.
- Mardikaningsih, R., Azizah, E. I., Putri, N. N., Alfian, M. N., & Rudiansyah, M. M. D. H. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 2(1), 1-4.
- Mevia, N. I., & Marlien, R. A. (2021). Apakah In-Store Display Produk Private Label Dapat Meningkatkan Impulse Buying? *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4, 528.
- Nasir, M., & Harti. (2017). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS ONLINE DI WEBSITE Zalora.co.id DI SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 16.
- Oetomo, R. A., & Nugraheni, R. (2012). ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN MENU, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). (*Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*), 2,8.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022, 5 5). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN ULANG: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW

PERILAKU KONSUMEN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3, 469-478. doi:<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5.996>

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. *Edisi Sembilan. Buku 1*.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2014). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. *Edisi Sembilan. Buku, 2*.

Pratama, R. E., & Santosa, S. B. (2021). Meningkatkan Minat Pembelian Ulang dengan Melakukan Promosi Penjualan Di Instagram Melalui Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Produk Avoskin di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1-6.

Putra, K. B., Susanti, N., & Cempena, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Kelompok Ternak Sumber Jaya di Dusun Pilanggot Desa Wonokromo Kecamatan Tikung Kabupaten lamongan. (*Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*), 3.

Raharjo, S. (2021, Februari 19). *Cara Melakukan Analisis Regresi Multiples (Berganda) dengan SPSS*. Dipetik November 5, 2021, dari SPSS Indonesia: <https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html>

Republika.co.id. (2020, 9 17). *Pertumbuhan Transaksi Gofood Naik 20 Persen Selama Pandemi*. Retrieved from Republika.co.id: [https://m-republika-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/m.republika.co.id/amp/qgswmf370?amp\\_js\\_v=a6&amp\\_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACA w%3D%3D#aoh=16491469447209&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp\\_tf=Dari%20%251%24s&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.republika.c](https://m-republika-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/m.republika.co.id/amp/qgswmf370?amp_js_v=a6&amp_gsa=1&usqp=mq331AQKKAFQArABIIACA w%3D%3D#aoh=16491469447209&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp_tf=Dari%20%251%24s&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.republika.c)

Risti, L. L., & Cahyanti, M. M. (2022, 3 1). PENGARUH DISKON DAN PENILAIAN PRODUK MIE GACOAN MALANG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI GOFOOD. *Distribusi-Journal of Management and Busines*, 10, No.1, 11-18. doi:<https://doi.org/10.29303/distribusi.v10i1.217>

Sani, I., Saskia, & Syahyunan. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Asuransi Jasa Indonesia Cabang Medan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 336.

- Santoso, A. V. (2020). ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP REPEAT PURCHASE DENGAN CUSTOMER ENGAGEMENT DAN CUSTOMER EXPERIENCE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA LAYANAN PESAN-ANTAR MAKANAN GO-FOOD DI SURABAYA. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2011). *Research Methods for Business A Skill Building Approach*. United Kingdom: Wiley.
- Siska, J. (2022). *Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Wellindo Blast Media Di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Siyamtinah, & Hendar. (2015). MENINGKATKAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PADA PEMBELANJAAN ONLINE. *In 2nd Conference in Business, Accounting, and Management 2015. Sultan Agung Islamic University*, 442.
- Sudaryono, D. R. (2014). Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran. *Lentera Ilmu Cendekia*.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, W. V. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutisna, S. E. (2002). Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran.
- Wahyudi, S. (2017). PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING. *Valuta*, 3 No.2, 284.
- Zakariansyah, F. (2021). *Pengaruh Iklan, Diskon, Dan Kualitas Pelayanan Driver Terhadap Kepuasan Pelanggan Gofood (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Timur)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).