

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, K. B., Dwi, B., & Nastiti, H. (2021). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood Di Kecamatan Kebon Jeruk. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.32924/jscd.v3i2.44>
- Aras, A. F. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Gerai Makanan Pada Aplikasi Grabfood Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi Pada Ptn Di Kota Makassar. In *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Bunga Imah. (2020). *Pengaruh Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Pada Konsumen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)*.
- Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur Gofood. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1744–1758.
- Fitriyani, E. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding, Dan Sikap Terhadap Minat Beli Generasi Z Dimoderasi Social Media Influencer. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4), 577–586.
- H., E. A., & Sujana, S. (2013). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall's Conello. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 169–178. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.264>
- Hartono, Y. (2008). Dinamika Hubungan Perusahaan dan Komunitas Konsumen Sebuah Implikasi Stratejik bagi Pemasar. *International Research Journal Of Business Studies*, 1(1).
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR*, 10(2), 133–140. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index>

- Javadi, M. H. M., Dolatabadi, H. R., Nourbakhsh, M., Poursaeedi, A., & Asadollahi, A. R. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. *International journal of marketing studies*, 4(5), 81.
- Imaduddin, I., Hakim, M., Mannipi, W. A., Husain, F., Sulfianti, A., & Amirullah, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan Grab Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 246–257. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5333>
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/5333/3520>
- Izzuddin, A. (2018). The Effect of Halal Labels, Halal Awareness and Food Materials on Interest To Buy Culinary Foods. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Kaur, K., Osman, S., Kaur, S., & Singh, J. (2018). Is Halal a priority in purchasing cosmetics in Malaysia among Muslim Malaysian women. *International Journal of Business, Economics and Law*, 15(3), 19-25.
- Kurnia, S. D., & Sudrajar, I. (2013). Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Impor Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 1(4), 49–56.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 176–180.
- Kusumawardhani, M. D. (2022). *Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)* [Universitas Islam Indonesia Yogyakarta]. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>

0Ahttps://doi.org/10.1

- Nabilaturrahmah, A., Wiranata, I. A., & Ivona, L. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian KFC Grand Wisata di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 72–80.
- Nukeriana, D. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu. *Jurnal Qiyas*, 3(1), 154–166. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/QIYAS/article/view/1310/1102>
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250–260. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22473>
- Nurkharisma, E. A., Yani, B. A., & Hamidah, R. A. (2022). Keputusan Penggunaan Jasa GrabFood Ditinjau dari Harga, Promosi, dan Citra Merek. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1298–1308. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.927>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Prasetyo, F. H., & Anwar, M. K. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(1), 139-150.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *AGORA*, 7(1), 1–6. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8142%0Ahttp://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/viewFile/8142/7326>
- 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. <https://doi.org/10.35829/magisma.v11i1.283>

- Putri, I. K. E. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rahmadani, T. A. (2018). *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Melalui Aplikasi Go-Food : Persepsi Halal Serta Faktor Ekonomi & Non Ekonomi Yang Mempengaruhinya (Studi Pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Rahman, A. 'Aunur, & Handayani, T. (2022). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Halal Melalui GoFood Saat Covid-19. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(1), 149–174. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v10i1.13928>
- Rusminah, R. H., & Hilmiati, H. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Layanan Aplikasi Gofood. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1), 87–98. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.158>
- Sari, S. M. (2020). *Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Grab Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Masa Pandemi Covid 19*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sihombing, D. A., & Juliasari, F. A. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Konsumen Gofood di Kalangan Mahasiswa IBM asm. *5th NCBMA (Universitas Pelita Harapan, Indonesia) "The Opportunity of Digital and Technology Disruption"* 18, 21–28.
- Syafi'i, N. E. S. M. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Go-Food Dalam Membeli Makanan Halal*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Tamara, A. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera). In *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Thoe, Putri, T. G. P., & Berlianto, M. P. (2022). Antecedent Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan (Studi Pada

Gofood). *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 14(1), 60–82.
<https://doi.org/10.31937/manajemen.v14i1.2537>

Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 145-154.

Windisukma, D. K. (2015). *Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Sikap Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang*. Universitas Diponegoro.

Wulandari, S. (2021). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen Indomie di Sidoarjo). *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31-36.

