

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmatang, & Saputri, I. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Made in Korea Pada Mahasiswa Di Kota Tarakan. *Jurnal Dimensi*, 9(3), 444–460. <https://doi.org/10.33373/dms.v9i3.2726>
- Aini, A. N., Husna, A. W., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek 2021*, 57–62. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v9i3.490>
- Alfarisi, S. (2019). Pengaruh Country Of Origin, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembeli Smartphone Xiaomi di Jabodetabek). In *Repository.Uinjt.Ac.Id*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Amelia, E., Hurriyati, R., Sultan, M. A., Hendrayati, H., & Christianingrum. (2022). The Influence of Price and Electronic Word of Mouth (e-WOM) on Purchase Decisions on Tiktokshop. *Jurnal Bisnis Strategi*, 31(2), 130–137.
- Amruddin, Nugroho, H., Sulaiman, S., Iljasmadi, Wahyuni, N., Fata, N., Ismail, J. K., Helendra, Johan, H., Widayati, I. A., Pasaribu, P. N., Siregar, P., Mulyana, S., Balukh, S. D., Sungkawati, E., Sartika, D., Ummami, W., Rinda, R. T., & Padakari, S. L. (2022). *Pengantar Manajemen (Konsep dan Pendekatan Teoritis)*. Media Sains Indonesia.
- Annisawati, A. A., Suarsa, S. H., & Sari, I. (2023). Pengaruh Elektronik Word of Mouth (E-WOM) and Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial di Bandung Pada era Pandemic Covid - 19. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 7(1), 9. <https://doi.org/10.31104/jsab.v7i1.247>
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Annur, C. M. (2024a). *Grab Kuasai Pasar Online Food Delivery di Asia Tenggara, Kalahkan Gojek hingga Shopee*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/07/grab-kuasai-pasar-online-food-delivery-di-asia-tenggara-kalahkan-gojek-hingga-shopee>
- Annur, C. M. (2024b). *Indonesia Rajai Pasar Online Food Delivery di Asia Tenggara pada 2023*. Katadata Media Network.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/07/indonesia-rajai-pasar-online-food-delivery-di-asia-tenggara-pada-2023>

- Aprialsyah, F., & Purnama, N. I. (2024). Pengaruh Diskon dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Penggunaan Aplikasi Gojek Pada Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia Kota Medan. *Niagawan*, 13(2), 150. <https://doi.org/10.24114/niaga.v13i2.59237>
- Arif, M., & 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. *Seminar Of Social Sciences Engineering & Humaniora (SCENARIO)*, 1–66.
- Atmaja, N. P. C. D., & Utami, N. M. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Green Consumer Dalam Membeli Produk Organik. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 127–146.
- Aulia, V. D., Sulastri, Maulana, A., & Rosa, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa ShopeeFood di Kota Palembang. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 778–787. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3778>
- Bandung, B. P. S. K. (2022). *Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. Badan Pusat Statistik. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html>
- Basir, N. P., Andayanie, E., & Nurgahayu. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Perawat Di Ruang Inap RSUD Haji Kota Makassar. *Window of Public Health Journal*, 3(2), 348–358. <https://doi.org/10.33096/woph.v3i2.390>
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *EVENT MARKETING, E-WOM, CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI: Konsep dan Aplikasi*. CV. Intelektual Manifes Media. https://books.google.co.id/books/about/EVENT_MARKETING_E_WOM_CITRA_MERЕК_TERHAD.html?id=FyOqEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Chadafi, M. F., Sofyana, N. N., & Chairani, Q. R. (2022). The Role of Electronic Word of Mouth on Consumer Satisfaction and Its Impact on Reusing the Gofood Food Delivery Service Application in Medan City. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1050–1058.
- Davidson, H., Suworto, & Nasikah, D. (2021). Pengaruh Country of Origin Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan

Minuman Import Di Kota Metro. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 2(2), 61–70. <https://doi.org/>

Diniyah, K., & Herman. (2021). Pengaruh Country of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea Selatan Pada Remaja Di Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Administrasi*, 24(2), 143–151. <https://doi.org/10.30649/aamama.v24i2.128>

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.

Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51–66.

Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>

Gojek. (2023). *Sebuah Perjalanan Gojek*. Gojek. <https://www.gojek.com/id-id/about>

Habiburrahman, Raf, M., & Kartika, S. (2019). Pengaruh country of origin (Asal negara produk) harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian alat tulis. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 87–96. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i2.16870>

Handi, H., Hendratono, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. O. I. (2018). The Effect of E-WOM and Perceived Value on The Purchase Decision of Foods by Using the Go-Food Application as Mediated by Trust. *Quality Innovation Prosperity*, 22(2), 112–127. <https://doi.org/10.12776/qip.v22i2.1062>

Heri, F., & Situngkir, T. L. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Gofood (Studi Kasus di Kota Tangerang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 496–503.

Javed, A., & Hasnu, S. A. F. (2018). Impact of Country-of-Origin on Product Purchase Decision. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 1(January), 31–51.

Juhji, Wahyudin, W., Muslihah, E., & Suryapermana, N. (2020). Pengertian, Ruang Lingkup Manajemen, dan Kepemimpinan Pendidikan Islam. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(2), 111.

Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Maharani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). Manajemen Pemasaran, Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society

5.0. In *CV. Eureka Media Aksara* (Cetakan Pe). CV.Eureka Media Aksara.

Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 224–238. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5833>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Global Edition. In P. Education (Ed.), *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (15th ed.).

Krisnandi, H., Efendi, Su., & Sugiono, E. (2019). Pengantar Manajemen: Panduan Menguasai Manajemen. In *Pengantar Manajemen*. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>

Listiarini, D. N., & Supriyono. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grab Food di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3025–3030. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153.

Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Management*, 10(6), 1–15.

Mufrida, I. E. (2024). *Jawa Barat: Provinsi dengan Jumlah Penduduk Terbanyak di Indonesia*. Good Stats. <https://goodstats.id/article/jawa-barat-provinsi-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-indonesia-luQXb#:~:text=Pada tahun 2023%2C Kabupaten Bogor,sebanyak 3%2C7 juta jiwa.>

Mukti, H. D., & Hambalah, F. (2022). Pengaruh Layanan Food Delivery O2O (Online to Offline) Terhadap Keputusan Pembelian dengan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Sebagai Variabel Dummy. *JAB : Journal of Accounting and Business*, 1(1), 12–28.

Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (2020). Pengaruh Country of Origin Image, Brand

Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 136–146. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.665>

Nazoiroh. (2023). *Pengaruh Diskon dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Go-Food di Aplikasi Gojek Kota Malang)*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Nova, S., Asnawi, M., & Firah, A. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Syabani Di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jubisco/article/download/3348/2210>

Novita, S., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida, M. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Pada Online Shop. *Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.30631/makesya.v2i1.1215>

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed.). Penerbit NEM.

Nusantara, R. (2022). The Effect on Consumer Affinity, Country of Origin and Perceived Risk On Purchase Decisions. *Tanjungpura International Journal on Dynamics Economics, Social Sciences and Agribusiness*, 3(02), 2022. <https://doi.org/10.26418/tijdedsa.v1i1.41451>

Prastiwi, N. E., & Rachmawati, I. (2022). The Effect Of Country Of Origin On Brand Image And Their Impact Toward Purchase Decision (STUDY ON LANEIGE SKINCARE CONSUMERS IN INDONESIA). *E-Proceeding of Management*, 9(2), 639–645.

Pratama, I. P. D. D., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2024). Pengaruh Brand Image, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Klungkung Dalam Era Digital Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Values*, 5(1), 71–84.

Purnawan, I. K. A. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 217. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32054>

Rohman, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Inteligencia Media. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/635>

- Santika, E. F. (2023). *Pelanggan dan Omzet UMKM Kuliner Meningkat dengan Delivery Online Dibanding Offline*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/08/pelanggan-dan-omzet-umkm-kuliner-meningkat-dengan-delivery-online-dibanding-offline>
- Sappodin, Zaid, S., Sinarwaty, Nursaban, R., Hartini, & Hasan, R. R. (2020). Pengaruh Fungsi-Fungsi Manajemen Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara Pada Kantor Kecamatan Molawe Kabupaten Konawe Utara. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)*, 4(3), 01. <https://doi.org/10.33772/jumbo.v4i3.15959>
- Saputra, M. R. A., Chalid, F. I., & Budianto, H. (2023). *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Nizamia Learning Center. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CRvTEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=xQ2YmncFa8&sig=Ig4bxKqcpL1fGj-2yzFtnPIp8io&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Setyowati, D. (2024). *Transaksi ShopeeFood dan GrabFood Naik, GoFood Turun*. Katadata Media Network. <https://katadata.co.id/digital/startup/65b76fd85c590/transaksi-shopeefood-dan-grabfood-naik-gofood-turun>
- Sholikah, Mundzir, A., Nunik, Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Ardiansyah, T. E., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, S. V., Wiliana, E., Depari, G. S., Ekopriyono, A., Mahmud, Natalia, Pujiastuti, S., & Rahajeng, E. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan* (E. Sudarmanto & E. Kurniawati (eds.); 1st ed.). Penerbit Insania.
- Slamet, Prasetyo, B. P. W., & Azmala, I. (2022). The Impact of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Online Purchase Decisions Moderated by Price Discount. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 139–148. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1340>
- Slamet, & Ulil Albab, A. (2023). Electronic Word-of-Mouth Analysis and its Impact on Purchase Decisions: Studies on “Millennial and Z” Generation. *European Journal of Business and Management Research*, 8(6), 175–181. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.6.2203>
- Statistik, B. P. (2023). *Hasil Long Form Sensus Penduduk 2020 Provinsi Jawa Barat*. Badan Pusat Statistik Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/id/pressrelease/2023/01/30/1082/hasil-long-form-sensus-penduduk-2020-provinsi-jawa-barat.html>
- Statistik, B. P. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Provinsi di Indonesia (Ribu*

Jiwa), 2024. Badan Pusat Statistik.
<https://sulut.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTU4IzI=/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.

Sumarto, L. M., Juniprianisa, D., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Iklan Melalui Media Sosial Instagram Bimbingan Belajar Ganesha Operation Tahun 2020. *E-Proceeding of Aplpied Science*, 6(2), 823–830.

Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *ADAARA : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962.

Syahrial. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 219–225.

Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.

Valentina, F., Tyra, M. J., & Lina. (2024). Pengaruh Country of Origin Dan Electronic-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gofood Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 22(1), 1–20. <https://doi.org/10.32524/jkb.v22i1.862>

Wardhana, A. (2022). *Analisis E-WOM* (A. Sudirman (ed.); Issue March). CV. Media Sains Indonesia.

Wijayanti, S. N., & Lestari, B. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan GoFood. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 120–125. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.9438>

Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>

Yohansyah, F., & Rodhiah. (2022). Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood dengan Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 89. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17170>

Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Deepublish (ed.); Issue April).

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.