

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Satoto, K. I., & Isnanto, R. R. (2014). Pembuatan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Pada Sistem Operasi Android. *TRANSMISI*.
- Amarini dan Fitria. (2024). Analisis Perkembangan Bisnis Rumah Makan Padang Cinto Minang Dengan Menggunakan Aplikasi Pesan-Antar Makanan Online. *Jurnal Dinamika Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(2), 201–216.
- Anita Rahmawaty, T. P. A. (2025). Spiritual Quotient as an Extending the TAM Model : Gen Z Muslim ' s Intention to Use Islamic E -Wallet. *Indonesian Journal of Advanced Research (IJAR)*, 4(7), 1445–1460.
- Anwar, M. M. (2024). How does TAM a ff ect impulsive buying on halal fashion products via shopping mobile apps ? *Journal of Islamic Marketing*, 15(10), 2481–2507. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2023-0096>
- Ardana, R., Studi, P., Islam, E., Surabaya, U. N., Fikriyah, K., Studi, P., Islam, E., & Surabaya, U. N. (2024). Pengaruh Halal Awareness, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur Food Delivery di Aplikasi Ojek Online Pada Masyarakat Muslim di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7 No. 2, 104–120.
- Aslam, W., Li, T., & Wang, S. (2021). Technology at the Dining Table : Linking perceived value , service recovery , and continuous intention to use food delivery applications. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 23, 600–618.
- Aulia, R., & Srg, M. (2024). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Partisipasi Publik: Transformasi Komunikasi di Era Informasi dan Sosial. *Jurnal Sains Student Research*, 2(6), 506–513. <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i6.3008>
- Azzahra, N., & Utami, H. N. (2025). Pengaruh Gaya Hidup terkait Konsumsi Makanan terhadap Keputusan Pembelian dan Nilai Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Pesan Antar Makanan Online pada Generasi Z. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(2), 4007. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i2.19741>

- Cahyati, A.N., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Label Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Korean Food Pada Gen-Z Muslim Jawa Timur. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 7 No.1, 85–96.
- Christian, M., Wibowo, S., Sunarno, S., Melati, R., & Perdini, F. T. (2023). Generation Z's Determinants for Using Online Food Delivery in Jakarta. *Widyakala Journal : Journal of Pembangunan Jaya University*, 10(1). <https://doi.org/10.36262/widyakala.v10i1.701>
- Davis. (1989). Davis' technology acceptance model (TAM)(1989). *MIS Quarterly*, 13(3), 205–219.
- Dimas, M., Naufal, D., Nalurita, S., & Unsurya, D. M. (2023). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13, 23–34.
- Dobre, C., Milovan, A., & Preda, G. (2023). Post-purchase behaviour triggers in branded mobile shopping apps. *Marketing Intelligence & Planning*, November. <https://doi.org/10.1108/MIP-08-2022-0357>
- Fairul, F. F., & Sari, L. P. (2024). The Influence of Sharia Compliance , Service Quality , and Promotion on E-Loyalty of Bank Jago Syariah Customers. *KnE Social Sciences*, 2024(2024), 241–256. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i20.16516>
- Fred, D., & Davis, B. F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, September, 319–340.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafitasari, I. A., Adzani, D. A., & Mafruhah, A. Y. (2022). Analisis Hubungan E-Commerce terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 5(2), 95–105. <https://doi.org/10.33005/jdep.v5i2.401>
- Hanif, M. A., & Santosa, P. B. (2023). TAM Construct , Trust , and Religiosity for Decision of Muslim Lenders to Use Funding Services on Sharia Peer-to-Peer Lending Platforms (Website and Apps) Konstruksi TAM , Kepercayaan , dan Religiusitas Terhadap Keputusan Lender Muslim dalam Menggunakan L. *Jurnal*

Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 10(2), 151–168.
<https://doi.org/10.20473/vol10iss20232pp151-168>

- Harris, A., & Sari, N. (2023). Pengaruh Kepatuhan Syariah dan Transparansi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Lampung Tengah). *Journal Of Syariah Economic And Halal Tourism*, 1(2), 33–38.
- Haryanto. (2006). Teori Prospek dan Pembuatan Keputusan : Suatu Studi Empiris untuk Kasus Indonesia. *Jurnal Maksi*, March 2006.
- Hussain, Z. (2025). AI-driven personalization and purchase intention in modest fashion : Sharia compliance as moderator. *International Journal of Halal Industry*, 1(1), 33–45.
- Hutagalung, E. A., Turnip, K. P., Yanidar, Z., Terok, S., Sibarani, H. J., & Indonesia, U. P. (2022). Customer Decisions in Using Grab Application Services In Medan City Analisis Pengaruh Kualitas Layanan , Diskon Harga Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Layanan Aplikasi Grab di Kota Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(June), 1125–1139.
- Ike Kusdyah Rachmawati , Yunus Handoko, Fenia Nuryanti, M. W. S. H. (2019). Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. *Seminar Nasional Sistem Informas*, September.
- Indrasena et al. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Rafi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Istikomah et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi (SeNTIK STI&K) STMIK Jakarta STI&K*, 2022.
- Istiono, D., Hernita, N., & Majalengka, U. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Studi JNE Kabupaten Majalengka Submit. *Jurnal Daya Saing*, 103.
- Kadek Aryana Dwi Putra, Fauzan Hidayatullah, N. F. S. (2020). Mediatisasi Layanan Pesan Antar Makanan di Indonesia Melalui Aplikasi Go Food. *Islamic*

- Communication Journal*, 5, 114–124.
- Karim, Adiwarmanto, A. (2015). *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: International Institute of Islamic Thought Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=TWWrDAEACAAJ>
- Khairawati, S., Murtadlo, B., & Hadi, S. N. (2023). Dampak Sharia Compliance, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Trend Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Milenial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1714–1722.
- Kristina Lahagu, M., & Lahagu, S. (2024). Online Food Ordering Information System Using the Good Food Application Aplikasi Good Food. *Journal of Applied Science Engineering*, 1(3), 1–12. <https://journal.alshobar.or.id/index.php/pondasi>
- Maulidyna, E. et al. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Diskon, Dan Review Service Menu Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood (Studi Kasus Mahasiswa FEB Manajemen Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510–518. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20129>
- Moon, J., Song, M., Lee, W. S., & Shim, J. M. (2025). Structural relationship between food quality , usefulness , ease of use , convenience , brand trust and willingness to pay : the case of Starbucks. *British Food Journal*, 125 No. 1,(October), 65–81. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2021-0772>
- Muhammad Yudha Ardiansyah, M. Z. (2024). Kepatuhan Syariah dalam Perbankan Online dan Fintech Syariah. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)*, 4.
- Nava, J., Tumanggor, J., Sembiring, R., & Saragih, H. (2025). Pengaruh Harga , Promosi dan Voucher Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi ShopeeFood. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 2310–2317.
- Nugroho, A. P., Sandra, A., Putri, S., & Prabowo, H. (2025). Discount Vouchers and Perceived Benefits : Decision to Use Grabfood Online Food Ordering Application in Semarang City. *Klabat Journal of Management*, 6(1), 1–17.
- Oktaviani, D. (2023). The Influence of E-Service Quality and Food Quality on

- Behavioral Intention through Attitude: Study on Millennial Moms as Online Grocery Shoppers in West Java. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 10(2), 417–428.
- Ozturk, A. (2022). *The Effect of Halal Product Knowledge , Halal Awareness , Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention*. 13(1), 127–141. <https://doi.org/10.20409/berj.2022.365>
- Pahlevi et al. (2022). Pengaruh Brand Extension , Potongan Harga , Pembelian Shopee Food. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 132–138.
- Parasuraman. (2005). A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal Of Service Research*, 7(X), 1–21. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Permana, D. A. (2024). Intention To use Islamic Fintech Which Is Influenced by Sharia Compliance Variabels, Perceives Usefulness, Islamic Religiosity and Perceived Ease Of Use. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 2557–2573.
- Pindyck. (2013). *Microeconomics*, Cambridge: Pearson.
- Porter, G. &. (2009). *Basic Econometrics*, New York: McGraw-Hill.
- Pramini et al. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Digital Bisnis*, 3(3).
- Prasetya, S. R., Rivai, R. A., Yoga Utama, M. B., Rama, D. A., & Agata, D. F. (2023). Pemanfaatan Online Food Delivery (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(3), 24–33. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i3.180>
- Putri, A. K. et al. (2022). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Harga, Brand Image Terhadap Keputusan Menggunakan Go Food. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 1–14. 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

- Rakhmania, N. A., & Noor, I. (2024). The Influence of the Technology Acceptance Model on the Decision to Pay ZIS through Digital Payment in Malang City. *International Conference on Social Science*, 302–314.
- Sari, N. P. (2022). Buying Behavior In Online Food Delivery Applications During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 7(1), 1211–1231.
- Sinaga. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Usage Decision Konsumen Pada Shopee Tanam. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (JISMA)*, 1(4), 509–524.
- Soyoung, Eck Thomas, Y. H. (2023). Understanding Consumers ' Acceptance Intention to Use Mobile Food Delivery Applications through an Extended Technology Acceptance Model. *Sustainability*, 15.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Suryawirawan, O. A., Shabrie, W. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surabaya, I. (2022). Service Quality, Satisfaction, Continuous Usage Intention, and Purchase Intention Toward Freemium Applications: the Moderating Effect Of Perceived Value. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 11(3), 383–404.
- Susilo, A., & Satinem, Y. (2024). Analisis Perpustakaan Sebagai Sumber Literasi Generasi Z di Era Digital. *Tsaqifa Nusantara*, 03(02).
- Swastika Metta, A., Samudra, A., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan PembelianJasa Shopeefood (Studi Pada Pengguna Layanan Shopeefood Di Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 64–71.
- Tarigan, W. J., Girsang, R. M., & Sinaga, M. H. (2022). Bauran Produk dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Salon Tanta di Pematangsiantar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 194–203.
- Tohir, M., Primadi, A., & Budianti, S. P. (2023). Analisis Pengaruh Perkembangan Teknologi Digitalisasi pada Bidang Transportasi dan Logistik Terhadap Sumber Daya Manusia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 1(2), 130–139.

- Trisanty, A., & Sugiarto, C. (2025). Exploring the influence of skepticism , attitude , and religiosity on consumer intentions to adopt Sharia banking in Indonesia. *Banks and Bank Systems*. [https://doi.org/10.21511/bbs.20\(4\).2025.09](https://doi.org/10.21511/bbs.20(4).2025.09)
- Usman, H., Widowati, N., Projo, K., & Haque, M. G. (2020). The exploration role of Sharia compliance in technology acceptance model for e-banking (case : Islamic bank in Indonesia). *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0230>
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & Studies, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal. *Management Science*, Vol. 46, N(January 2015).
- Wahyudi. (2017). PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING. *Jurnal Valuta*, 3(2).
- Wahyudi, F., & Bangun, S. (2023). Analysis of The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Reuse Intention of Mobile Banking Payment in E-Commerce Transactions. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(October), 274–280.
- Wangsadinata. (2021). Pengaruh Technology Acceptance Model dan Perceived Benefits Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Shopee Food Pada Masyarakat Suarabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(2), 104–114. <https://doi.org/10.9744/jmhot.7.2.104>
- Wibowo, M. A. (2025). Tingkat Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Pengguna Shopee Food Pada Tenaga Kependidikan Tidak Tetap Di Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 288–293.
- Wicaksono. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan m- banking mandiri di jakarta selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Volume*, 2, 1090–1103.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Issue March), Malang: Seribu Bintang <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City.

Budapest International Research and Critics Institute-Journal, 472–481.

