

DAFTAR PUSTAKA

Adindarena, V. D. (2022). Adindarena, V. D., & Djara, V. T. A. (2022). Pengaruh motif pembelian rasional dan emosional terhadap keputusan pembelian skin care pada remaja perempuan dan perempuan dewasa. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 167-172. *Jurnal Riset Ekonomi*, 167-172.

Adnan, S. E. (2024). (2024). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Era Digital*. . sumedang: MEGA PRESS NUSANTARA.

Amaliah, I. F. (2023). Amaliah, I. F., Zaenal, F. A., & Yusuf, M. Eksplorasi Faktor Pengalaman dan Lokasi dalam Pemilihan Restoran: Perspektif Konsumen. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series (Vol. 7, No. 4, pp. 28-39)*. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series (pp. 28-39)*). Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Aprilia, M. P. (2020). Aprilia, M. P. (2020). Pencarian Informasi oleh Foodie pada Foto Makanan di Instagram. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 56-66. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 56-66.

Asrulla, R. J. (2023). Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 26320-26332.

Astuti, J. W. (2024). Astuti, J. W. T., & Mubadillah, R. (2024). IDENTIFIKASI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DI ERA MODERN. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 1(02), 61-71. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 61-71.

Darsini, D. F. (2019). Darsini, D., Fahrurrozi, F., & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan; artikel review. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 13-13. *Jurnal Keperawatan*, 13-13.

Dewi, L. G. (2020). Dewi, L. G. K., & Latrini, M. Y. (2020). Pengaruh faktor sosial ekonomi dan materialism pada personal financial behavior melalui financial literacy mahasiswa Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 50(6). *E-Jurnal Akuntansi*, 1534–1547.

Drajat, D. G. (2018). Drajat, D., GUNA, U. M. S. S. S., & ISLAM, M. G. M. D. H. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM), KEBUTUHAN, PENCARIAN INFORMASI, EVALUASI ALTERNATIF TERHADAP KEPUTUSAN DAN KEPUASAN NASABAH PEMBIAYAAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 32-33.

Faladhin, J. (2024). (2024). Food Vlogger vs. e-WoM: Preferensi Kepercayaan Konsumen dalam Memilih Tempat Makan di Pekanbaru. *MUKASI*, 3(3), 205-225. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 205-225.

Fatwikiningsih, N. (2020). *Fatwikiningsih, N. (2020). Teori Psikologi Kepribadian*

Manusia. Penerbit Andi. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Fauzi, D. H. (2021). (Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan
Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). , 2(6), .).

Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 790-800.

Gustian, F. R. (2025). (2025). Perubahan Dinamika Bisnis Kuliner Di Era
Marketplace: Studi Kasus Adaptasi Terhadap Digitalisasi. JISOSEPOL: , 3(1),
246-253. *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3, 246-253.

Hendrawan, M. Y. (2024). Hendrawan, M. Y., & Ibrahim, H. (2024). Analisis
Pengaruh Faktor Budaya terhadap perilaku keputusan Pembelian Konsumen
dalam bisnis Internasional. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 95-105.
Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi, 95-105.

Hidayat, R. R. (2022). Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh harga dan
kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Keizai*, 3(2), 105-116. *jurnal*
unda.ac.id, 105-116.

Insani, S. F. (2022). Insani, S. F., Syahril, Y., & Putra, A. P. (2022). . *Warta LPM*, 44-
56. *Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi*
pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari, 44-56.

Irawati, R. (2017). . (). Pengambilan keputusan usaha mandiri mahasiswa ditinjau dari faktor internal dan eksternal. , 11(2), *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 58-69.

Kasnelly, S. E. (2025). . (2025). Penerapan Google Maps Dan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Mavia Angkringan. Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah,. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1-10.

Kotler, P. &. (2009). Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13, Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga. jakarta: Erlangga.

Mulyanti, K. &. (2016). Mulyanti, K., & Fachrurrozi, A. (2016). Analisis sikap dan perilaku masyarakat terhadap pelaksanaan program bank sampah (studi kasus masyarakat kelurahan bahagia bekasi utara). Optimal: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam" 45" Bekasi, 10(2), 154615. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam" 45" Bekasi*,, 190-192.

Mulyono, H. H. (2025). Mulyono, H., Hartanti, R., & Rolando, B. (2025). SUARA KONSUMEN DI ERA DIGITAL: BAGAIMANA REVIEW ONLINE MEMBENTUK PERILAKU KONSUMEN DIGITAL. JUMDER: Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif, 1(1), 1-20. *Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif*, 1-20.

Nurfadillah, M. &. (2021). Nurfadillah, M., & Ardiansah, A. (2021). Perilaku pencarian informasi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi sebelum dan saat pandemi Covid-19. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 16(1), 21-39. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 21-39.

Nurjanah, D. (2023). (2023). *PENGARUH HARGA DAN LOKASI MIE GACOAN TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Kabupaten Bogor) (Doctoral dissertation, UNUSIA)*. Bogor: Doctoral dissertation, UNUSIA.

OpenStax. (2022). *OpenStax. (2022). Principles of Marketing – The Consumer Purchasing Decision Process*. Houston, TX: OpenStax, Rice University.

Prasetya, A. (2020). Prasetya, A. (2020). Pengalaman pekerja informal ditengah pandemi COVID-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(2). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 20-21.

Priyatin, N. &. (2023). Priyatin, N., & Farisi, M. (2023). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap trust dan keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Sosial (EMBISS)*, 3(2), 115–125. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Sosial (EMBISS)*, 115–125.

Ps, A. R. (2025). Ps, A. R. (2025). Peran Media Sosial terhadap Pola Belanja Konsumen di Kalangan Milenial. *Warta Dharmawangsa*, 19(1), 510–516. *Warta Dharmawangsa*, 510–516.

Puspita, Y. D. (2023). 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. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 102-115.

Rahmanida, S. E. (2025). Penguatan Identitas dan Aksesibilitas UMKM melalui Digitalisasi Lokasi Usaha di Google Maps sebagai Strategi Digital dalam Meningkatkan Jangkauan Konsumen. Welfar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 147-153.

Ratnasari, R. & . (2025). (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Reputasi Toko dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace., 3(2), . *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3, 124-135.

Risnawati, L. H. (2015). Risnawati, L., Hasbi, I., & ST, M. (2015). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Revlon. *Jurnal Manajemen, Universitas Telkom*, 2(1). *Jurnal Manajemen, Universitas Telkom*, 729-730.

Rizqiawan, H. N. (2023). (2023). Efektivitas Google Maps sebagai fungsi promosi dan media eWOM pada pelaku usaha kuliner Surabaya. , 4(2), . *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship*, 153-165.

Sasikirana, I. D. (2024). (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. Profit: , 3(2), . *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 166-177.

Schiffman, L. G. (2018). Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Consumer Behavior (12th ed.)*. Pearson. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.

Sekaran, U. &. (2017). Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.

Septyadi, M. A. (2022). Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 301-313.

Siaputra, H. (2024). Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap minat beli ulang pada restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13-23.

Simbolon, M. (2007). Simbolon, M. (2007). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal ekonomis*, 1(1), 52-66. *Jurnal ekonomis*, 52-56.

- Subianto, T. (2007). Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. c, 3(3), 165-182. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 165-182.
- Sugiyono, P. (2015). Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 28(1), 12. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R. (2005). Susanti, R. (2005). Sampling dalam penelitian pendidikan. Jurnal Teknodik, 187-208. *Jurnal Teknodik*, 187-208.
- Susilowati, H. &. (2022). Susilowati, H., & Agustiya, A. (2022). Peran online consumer review dan trust dalam keputusan pembelian online. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1), 75–82. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 75-82.
- Syamaun, S. (2019). Syamaun, S. (2019). Pengaruh budaya terhadap sikap dan perilaku keberagamaan. *At-Taujih: Bimbingan Dan Konseling Islam*, 2(2), 81-95. *Jurnal Region*, 81-95.
- Widyasari, M. C. (2021). Widyasari, M. C., & Soesanto, H. (2021). Restaurant marketing strategies in facing new habits post-covid-19 pandemic: revolutionary entrepreneur paradigm. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*,, 243.

Yusuf, M. A. (2024). Yusuf, M. A. (2024). Motivasi dalam Organisasi; Pengertian Motivasi dan Proses Motivasi; Teori-Teori Motivasi; Penerapan Motivasi dalam Organisasi; Motivasi dan Kinerja. MUTAADDIB: Islamic Education Journal, 2(2), 1-24. *Islamic Education Journal*, 1-24.

Zubaidah, I. &. (2022). Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis proses pengambilan keputusan konsumen e-commerce Shopee di lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. Jurnal Emt Kita, 6(2). *Jurnal Emt Kita*, 330-331.

