

DAFTAR PUSTAKA

- Ahn dan Han. (2004). *The impact of the online and offline features on the user acceptance of Internet shopping malls*. 3, 405–420.
- Arikunto, S., (2009). *Prosedur Penelian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agus, Widarjono. (2015). *Analisis Multivariat Terapan*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Bosnjak et al. (2006). *Predicting and explaining the propensity to bid in online auctions : a comparison of two action-theoretical models*. 116(April), 102–116.
- Davis, F. D. (1989). *User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models* *User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Of Two*. (September 2016).
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. (September). <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Eun-Yong Lee et al. (2017). *Factors influencing the behavioral intention to use food delivey apps*. 45(9), 1461–1474.
- Fishbein, M. (2014). *The Influence of Attitudes on Behavior*. (July).
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- <https://wearesocial.com/> di akses pada tanggal 10 April 2020.
- <https://www.gojek.com/> di akses pada tanggal 15 Maret 2020.
- I Putu Agus Purnama et al. (2016). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Teknologi berkembang semakin canggih telah merubah sebagian besar pola hidup manusia . Semakin tinggi kebutuhan hidup juga menyebabkan masyarakat memiliki kegiatan yang padat d*. 9, 3007–3030.
- Isa, M., Mardalis, A., dan Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung Hik. *Daya SaingJurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol.20, No.1*.
- Isa, Muzakar. (2016). Model Penguatan Kelembagaan Industri Kreatif Kuliner Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016*, 352-361.
- Isa, M dan Istikomah, R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 2020, 21 (2): 98-110.

- Jeong, M., & Lambert, C. U. (2001). *Adaptation of an information quality framework to measure customers' behavioral intentions to use lodging Web sites*. 20, 129–146.
- Kaur, G. (2016). *Factors obstructing intentions to trust and purchase products online Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Article information* : (November 2015).
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta :Prehalindo.
- Lafferty et al. (2004). *The Impact of the Alliance on the Partners : A Look at Cause – Brand Alliances*. 21(July 2004), 509–531.
- Liu et al. (2010). *Computers & Education Extending the TAM model to explore the factors that affect Intention to Use an Online Learning Community*. *Computers & Education*, 54(2), 600–610.
- Lucyanda, J. (2010). *Pengujian Techonology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)*. (1995).
- Monroe, K., & Grewal, D. (1991). *Effects of Price , Brand , and Store Information on Buyers ' Product Evaluations*. (February 2014).
- Murat, S., & Hekimoglu, H. (2012). *A study on tam : analysis of customer attitudes in online food ordering system*. 62, 1138–1143.
- Novitasari et al. (2018). *Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat beli pupuk petrogranik di kabupaten boyolali*. 14(2), 95–104.
- Notoadmodjo, S (2003). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Cetakan 1 Jakarta : Rineka Cipta.
- Nugroho, A. D. (2020). *Penerapan technology acceptance model untuk menjelaskan niat pembelian melalui aplikasi go-food*. VIII(1), 1–8.
- Pei et al. (2007). *Study on Critical Success Factors for IT Outsourcing lifecycle*. 4379–4382.
- Phengkarsa et al. (2017). *Analisa pengaruh budaya dan sosial terhadap niat konsumen dalam pembelian rumah pada perumahan mewah di makassar*. 4(1), 40–47.
- Purnawirawan et al. (2012). *Balance and Sequence in Online Reviews : How Perceived Usefulness Affects Attitudes and Intentions*. *Journal of Interactive Marketing*, 26(4), 244–255.
- Saniatun Nurhasanah, Jono M, M. S. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen Saniatun Nurhasanah Jono M Munandar * Muhammad Syamsun Pendahuluan Produk halal mengacu pada produk- produk yang memenuhi syarat syarat ' i yang mencegah keharaman , baik d*.

- Sigit dan Murwanto. (2006). *Terhadap Niat Beli Mahasiswa Sebagai Konsumen Potensial*. 11(1), 81–91.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Strauss et al. (2014). *Management control systems : a review*. (July).
- Winarno, M. E. (2018). *Buku Metodologi Penelitian*. (January).
- Winarto, C. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Grab*. 1–12.
- Wajdi, M. Farid dan Isa, Muzakar. (2014). *Membangun Konsep Modal Manusia Yang Berperanan Dalam Kinerja Pemasaran Industri Kecil. Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper, Research Methods And Organizational Studies, ISBN: 978-602-70429-1-9*.
- Wajdi, M.F., Mangifera, L., Wahyuddin, M., Isa, M. (2019). *Peranan Aspek-Aspek Modal Manusia Pengusaha Terhadap Kinerja Bisnis UKM, Jurnal Manajemen Daya Saing, 2019, 20 (2) pp 104-111*.
- Yeo et al. (2017). *Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. Journal of Retailing and Consumer Services, 35(July 2016), 150–162*.