

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembelian, Alfabeth: Bandung.
- Ayuningtyas, R., & Magnadi, R. H. Analisis Pengaruh Promosi, Desain Produk, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pemebelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, vol. 5, No. 2, 279-290.
- Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Erlangga: Jakarta.
- Cahya, A. D.; Aminah.; Rinaja, A. F.; & Jesya, N. A. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pademi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*. 4 (2), 857-863.
- Cahayani, M. (2021). Analisis keberadaan go food dan grab food terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. *JPEK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*. 5 (1), 90-103.
- Daniel, Muhammad. (2003). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. PT. Bumi Aksara: Jakarta
- Fandriansyah, M. A. (2022). Pemanfaatan Market Place Grabfood & Gofood Dalam Peningkatan Penjualan Pada Umkm Food And Beverages Mao-Mao Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. 24 (3), 11-18.
- Fatharani, A. P., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Iklan Terhadap Minat Beli Grabfood Kota Bogor. (Studi Pada Konsumen GrabFood Kota Bogor). *e-Proceeding of Management*. Vol.10, No.1, 333-339.
- Hafidz, S.; Ningsih, C.; & Fajri, I. (2021). Dampak Pelayanan Gofood Terhadap Penjualan Unit Usaha Mikro Makanan Lokal Mitra Gofood Di Kota Bandung.

Tourism Scientific Journal, 6(2), 251–262.

Nur Iman, F.; Rachmawati, I. K.; & Alamsyah, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Layanan Grabfood. *Jurnal Cahaya Mandalika*. 3(3), 194-202.

Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Aplikasi Food Delivery Dengan Menggunakan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol 27 No. 3, 418-432.

Hayati, S., & Inayati, S. R. (2022). Eksistensi Grab Food Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kabupaten Lombok Timur. *JPEK : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*. 6 (1), 171-185.

Kahvi, R. M.. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Food Di Masa Covid-19. *Jurnal Riset. Ekonomi*, 1(1), 9–16.

Kotler, Philip. & Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar: Sukabumi.

Laurent, F. (2016). Pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan Go-jek melalui kepuasan pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.

Mahmud, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol. 4 no. 1, 2622-6383.

Mahmuddin, F. (2020). Dampak Pandemi Terhadap Usaha Mikro Partner Grab-Food Di Kelurahan Ketintang Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3 (2), 338-344.

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.

Prasetyo, Bambang & Jannah, Lina Miftahul (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Pratiwi, A.; Sari, M.; & Mubariqoh, A. I. (2022). Dampak Layanan Online Food Delivery Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner Di Bandar Lampung Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Vol 9, No. 2, 398-407.

Reppi, L. V. Y.; Moniharapon, S.; & Loindong, S. (2021). Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1482–1490.

Rerung. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish: Yogyakarta

Richadinata, K. R. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Grabfood Selama Covid-19. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 4, 845-865.

Romindo. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis: Medan

Salim, A. M.; & Pujiyono, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Kuliner Online (Studi Empiris pada UMKM Kuliner Online yang Terdaftar di I-JUS MELON Kota Semarang Tahun 2018). *Journal of Economics*. 10 (3), 1-11.

Salsabilla, T., & Siregar, O. M. (2022). Analisis Penjualan Online Melalui Merchant Grab-Food Terhadap Peningkatan Omzet (Studi pada Foresthree Kota Baru, Kota Jambi). *Journal Of Social Research*, 1(7), 751–760.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabet: Bandung.
- Suratni, N. L. S., & Mayasari N. M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food Pada Aplikasi Grab Di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol. 13 No. 1, 50-59.
- Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan*. Bayumedia: Malang.
- Umiyati, E., & Achmad, E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi online pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*. Vol.16. No.2, 255-266.
- Winarto, C. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Grabfood Di Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*, 1(1), E6-E6.