

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelina, R. T. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Asman, A. (2021). Sumber Data, Populasi dan Sampel Penelitian Hukum Islam. *Institut Agama Islam (AIA) Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas*, 15.
- Asmoro, I. P., & Tuti, M. (2023). Satisfaction with Packaging and Price to Purchase Decision and Repurchase Intention. *JURNAL DINAMIKA MANAJEMEN DAN BISNIS*, 6(1), 66–79. <https://doi.org/10.21009/JDMB.06.1.5>
- Bella Sumberliana Aprilianti, & Hasbi, H. (2024). Pengaruh Penerapan Periklanan dan Pemasaran Berbasis Online Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 361–368. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1956>
- Benned, M., Fajarina, D. E., & Immamah, E. (2021). *Pandemi Covid-19: Konsep Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Revenue Perusahaan Bus Antar Kota Antar Provinsi*.
- Endang, E., Widyakto, A., & Jannah, K. D. (2021). PENGARUH LINGKUNGAN TOKO, PROMOSI PENJUALAN, DAN NILAI YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA MATAHARI DEPARTEMEN STORE DI SEMARANG JAWA TENGAH). *Solusi*, 19(3), 304. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.3584>
- Endrico Suciati, N., & Erdiansyah, R. (2024). Advertising Awareness dan Brand Equity pada Grabfood. *Kiwari*, 3(1), 25–30. <https://doi.org/10.24912/ki.v3i1.29377>
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Friadi, J. (2022). Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi Berbasis E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 4(1), 71–77. <https://doi.org/10.33884/jpb.v4i1.4712>
- Gamble, J., Gilmore, A., McCartan-Quinn, D., & Durkan, P. (2011). The Marketing concept in the 21st century: A review of how Marketing has been defined since the 1960s. *The Marketing Review*, 11(3), 227–248. <https://doi.org/10.1362/146934711X589444>

- Gunawan, A. (2014). *Manajemen pemasaran : analisis untuk perancangan strategi pemasaran*. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205967/manajemen-pemasaran-analisis-untuk-perancangan-strategi-pemasaran>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Principles of Marketing. *Pearson*, 1–21.
- kotler. (2009). *Manajemen-Pemasaran-Edisi-13-Jilid-2-Kotler-Amp-Keller_Compress.Pdf*.
- Kuzmynchuk, N., Kutsenko, T., & Klymenko, D. (2021). Competitive Advertising Strategy of the Enterprise: Aspects of Financial Analysis of Marketing Management. *Bulletin of Dnipropetrovsk Scientific Research Institute of Forensic Expertise of the Ministry of Justice of Ukraine. Economic Sciences*, 2(04), 54–59. <https://doi.org/10.46644/2708-1834/2021-04.8>
- liputan 6.com. (2021). GoFood Vs GrabFood, Mana Yang Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia? *liputan6.com*, 1. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4493893/gofood-vs-grabfood-mana-yang-paling-banyak-digunakan-orang-indonesia?page=3>
- Majhaf, S. A. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16–33. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1192>
- Mediaindonesia.com. (2021, November 23). Riset: GrabFood Terbanyak Digunakan Konsumen dan Merchant Indonesia. *Mediaindonesia.com*, 1. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/448869/riset-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-indonesia>
- Patrick, Z., & Hee, O. C. (2022). Marketing Strategy in Small and Medium Enterprises: A Bibliometric Analysis from 1989 to 2020. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(5). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i5/13029>
- Poluan, J., Lumintang, G., & Untu, V. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 671–681.
- Pradiani, T. (2017). Jurnal 14. 262638-Pengaruh-Sistem-Pemasaran-Digital-Market-D97B4Aea. *Jibeka*, 11(2), 46–53. <https://media.neliti.com/media/publications/publications/262638-pengaruh-sistem-pemasaran-digital-market-d97b4aea.pdf>

- Putra Suciadi, V. A., Firman, A., & Hidayat, M. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar*.
- Ramadanty, Y., & Maylanny Christin. (2023). Integrated Marketing Communication Strategy of PLN UP3 Bandung in the Use of The PLN Mobile Application. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(5), 831–836. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1989>
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Saura, J. R., Palos-Sánchez, P., & Suárez, L. M. C. (2017). Understanding the digital marketing environment with kpis and web analytics. *Future Internet*, 9(4), 1–13. <https://doi.org/10.3390/FI9040076>
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:223207629>
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Lembar Penilaian Sejawat-Buku: Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Analisis Teks, Cara Menulis Artikel untuk Jurnal Nasional dan ...* (Sunarto (ed.); kesatu). Alfabeta. <https://eprints.upnyk.ac.id/27561/>
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran. *Makalah Ilmiah Ekonomika*, 14(3), 124–128.
- Trochim, & Donnely. (2015). No Title. In *Research Methods Knowledge Base*. https://www.researchgate.net/profile/William-Trochim/publication/243783609_The_Research_Methods_Knowledge_Base/links/55db837008aed6a199ac6246/The-Research-Methods-Knowledge-Base.pdf
- Viviani, N. E., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). PENGARUH KETERAMPILAN, PENGETAHUAN, DAN KEMAMPUAN SDM TERHADAP KINERJA UMKM MEDEL DI KELURAHAN SEBANI KOTA PASURUAN. *Jurnal EMA*, 5(1). <https://doi.org/10.47335/ema.v5i1.46>
- Wahyudi, Mukrodi, Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal Pemasaran Digital Dan Market Place: Solusi Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 2(1), 44–53.