

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah & Tantri. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Chakti, G. (2019). The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Dharmawan, W.P., & Oktafani, F. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan pada Aplikasi Gojek. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 130-140.
- Dharmmesta, B.S dan Handoko, T.H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE.
- Firmansyah, M., & Se, M. (2019). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Penerbit Qiara Media.
- Hamida, I. A., & Amron, A. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MENGGUNAKAN LAYANAN PESAN-ANTAR SHOPEE FOOD (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE FOOD DI KOTA SEMARANG). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(1), 33-42.
- Hendri, H., Saudina, M., & Effiyaldi, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa dalam menggunakan Go-Food di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 14(1), 1-13.
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(2), 75-83.
- Karim, A., & Purba, E. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), 85-88.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* . 15 th Edition. New Jersey: Person Pretice Hall, Inc.

- Kotler, P dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing. 14th ed.* New Jersey. Prentice Hall.
- Lutfiah, E. (2019). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek Fitur Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Okianna. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Manajemen.* CV. Eureka Media Aksara.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran.* Sukarno Pressindo.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT.* Jakarta : PT Gramedia.
- Setiadi, N.J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3).* Prenada Media.
- Setyowati, D. (2021). *Peta Persaingan GrabFood dan GoFood di Tengah Kehadiran ShopeeFood.* Retrieved from: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/601279c09f33d/peta-persaingan-grabfood-dan-gofood-di-tengah-kehadiran-shopeefood> [Diakses pada 06 Desember 2022]
- Simanjuntak, M., Setiawan, A., Nasrullah, N., Abdillah, L. A., Mistriani, N., Simarmata, J., ... & Yendrianof, D. (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia.* Yayasan Kita Menulis.
- Simanjuntak, S. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ShopeeFood (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB UNS Angkatan 2018).*
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(4).*
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran.* Surabaya: Pustaka Abadi.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2017). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Thomas, V. F. (2019). Nielsen: 58% Masyarakat Pesan Makanan Via Aplikasi Pesan-Antar. *Retrieved from*: <https://tirto.id/nielsen-58-masyarakat-pesan-makanan-via-aplikasi-pesan-antar-eil7> [Diakses pada 06 Desember 2022]
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, F. & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Winarto, C. (2019, October). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Grabfood Di Surabaya. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan* (Vol. 1, No. 1, pp. E6-E6).
- Website:*
- <https://bogorkota.bps.go.id/> [Diakses pada 01 November 2022]
- <https://databoks.katadata.co.id/> [Diakses pada 08 Januari 2023]
- <https://shopee.co.id/m/shopeefood> [Diakses pada 19 Januari 2023]
- <https://databoks.katadata.co.id/> [Diakses pada 28 Oktober 2024]
- <https://www.antaranews.com/> [Diakses pada 28 Oktober 2024]