

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2017). *Pertumbuhan pengguna internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bagus, T. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Warunk Upnormal Bandung*. Universitas Telkom.
- Chandra, G. (2014). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Original Jersey Persib Bandung*
- Cnnindonesia.com (2019). Grab Kuasai Pasar Ojol Indonesia, Grabfood Kalah dari Gofood:<https://cnnindonesia.com/teknologi/20190715190631-185-412344/grab-kuasai-pasar-ojol-indonesia-grabfood-kalah-dari-gofood> (Online). [16 Juli 2019]
- Duwi Priyatno. (2014). *SPSS 22 (Pengolah Data Terpraktis)*. Yogyakarta: Andi
- Indrawan, Rully., dan Yaniawati, Poppy. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung.
- Kontan.co.id. (2019). Grab Hadirkan lebih dari 400 Gerai Santapan Cepat Saji Favorit di Grab Food lewat Kerja Sama Strategis: <https://pressrelease.kontan.co.id/release/grab-hadirkan-lebih-dari-400-gerai-santapan-cepat-saji-favorit-di-grabfood-lewat-kerja-sama-strategis> (Online). [21 Februari 2019]
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *a framework for marketing management* (6<sup>th</sup> ed.). England: Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson.
- Kotler, Philip & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing* (17th ed.). England: Pearson.
- Liputan6.com. (2019). Kisah Perjalanan Grab dari Lahir Hingga Jadi Decacorn: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3912922/kisah-perjalanan-grab-dari-lahir-hingga-jadi-decacorn> (Online). [9 Maret 2019]

- Lontoh, Michael N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tandean. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 01 Tahun 2016.
- Marketeers.com. (2019). Grab Food Terus Kejar Pertumbuhan di Pasar Indonesia: <http://marketeers.com/grabfood-terus-kejar-pertumbuhan-di-pasar-indonesia/> (Online). [21 Februari 2019]
- Noor, Juliansyah. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Parlina, L., & Mardawati, P.N. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap proses Keputusan Pembelian pada Kedai Ice Cream Lick Over Lips (LOL) Bandung*. Universitas Telkom
- Risman, V.P. (2010). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa PT. Garam (PERSERO) di Kota Padang*. Universitas Negeri Padang
- indonews.com. (2019). Survei: Tingkat Pemesanan GO-FOOD Ungguli GrabFood: <https://ekbis.indonews.com/read/1380049/34/survei-tingkat-pemesanan-go-food-ungguli-grabfood-1550554847> (Online). [19 Februari 2019]
- Siregar, Sofyan. (2013). *Statistika Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- wartaekonomi.co.id. (2019). GO-FOOD dan GrabFood, Siapa yang Berkuasa?: <https://www.wartaekonomi.co.id/read216299/go-food-dan-grabfood-siapa-yang-berkuasa.html> (Online). [19 Februari 2019]
- Windusara, D.B, & Kusuma, A. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone*, 4, 12. *E-Jurnal Manajemen Unud*.