

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Y. S., Hasanah, K., & Sari, S. L. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN GOFOOD DI KOTA MADIUN. *SEMINAR INOVASI MAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 4*.
- Annur, C. M. (2022, Oktober 31). *Nilai Transaksi Ojek Online di Indonesia Diproyeksi Sebesar Rp124 Triliun pada 2022*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/31/nilai-transaksi-ojek-online-di-indonesia-diproyeksi-sebesar-rp124-triliun-pada-2022>
- Hasibuan, S. T., Siregar, Z. M., & Harahap, A. (2022). The Effect of Service Quality, Price, Customer Satisfaction on Purchase Decisions at Usman Wholesale. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 6232-6242.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). ENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, . *Jurnal Manajemen*, 31-42.
- Indrasena, R. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada ShopeeFood. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-15.
- Khaddapi, M., Risal, M., & Adriana, N. (2022). Brand Image, Customer Loyalty And Price To Consumer Purchase Decisions (Study On Customer Cafe & Resto Enzym Signature Palopo City). *Jurnal Mantik*, 2771-2776.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (17th ed.)*. . England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Liputan6.com. (2019, November 7). *Makna Tersembunyi di Balik Logo Gojek dan Grab*. Retrieved from Liputan6 : <https://www.liputan6.com/tekno/read/4104490/makna-tersembunyi-di-balik-logo-gojek-dan-grab>
- Mbete, G. S. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* , 100-110.
- Pradana, A. R., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. (2022). The Influence of Price, Promotion and Trust on ShopeeFood Purchase . *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 104-114.
- Putra, P. N., & Raharjo, S. T. (2021). ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS . *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-15.

- Richadinata, K. R., Astitiani, N. P., & Saputra, I. M. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aplikasi Grabfood Selama Covid-19. *E-Jurnal Manajemen*, 845-865.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1-11.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Supraptiningsih, J. D. (2021). Analysis Of The Influence Of Product, Price, Distribution, And Promotion On Consumer Purchase Decision Using GoFood Application During The Covid Pandemic 2021. *Dinasti International Journal Of Management Science*, 795-807.
- Wijaya, K. K. (2016, Januari 28). *Grab taxi berubah menjadi Grab*. Retrieved from techinasia: <https://id.techinasia.com/grabtaxi-berubah-menjadi-grab>

Skripsi Terdahulu

- Rahmat Jauhar Tarigan (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Anaul Pratama Amirudin Maulana (2022). Pengaruh Prmosi Penjualan, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Pulogadung). Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia.
- Nurul Nur Komariyah (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dalam Aplikasi Gojek Fitur Go-Food Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Livia Adeline (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Shopeefood Pada Pengguna Shopee Di Jakarta. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Siti Julianti (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UISU Prodi Manajemen Stambuk 2018). Universitas Islam Sumatera Utara.