

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, H., S. Saryadi, and W. Widayanto. 2013. “*PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP LOYALITAS MEREK DIUKUR MELALUI KEPUASAN PELANGGAN “ (Studi Kasus Pada Yamaha Mio Semarang Club).*” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 2(4): 94–106.
- Arsyan, Mochammad Fahmi. 2022. “*SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pelanggan ShopeePay Semarang).*” *Diponegoro Journal of Management* 11: 1–12.
- Aria, Nanda. 2022. “*Industri Food Delivery Diramal Tumbuh 7 % Tahun 2022.*” : 6–7.
- Cangara, Hafied. 2019. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. keempat. Jakarta.
- Desy Setyowati. 2022. “*Transaksi GrabFood Rp 109 Triliun, Jauh Lampau GoFood Dan ShopeeFood .*” *Katadata.Co.Id*.
<https://www.katadata.co.id/desysetyowati/digital/61f603b74e1e7/transaksi-grabfood-rp-109-triliun-jauh-lampau-gofood-dan-shopeefood>.
- Dubey, Jayashree. 2014. “*Personal Care Products: Sales Promotion and Brand Loyalty.*” *Journal of Contemporary Management Research* 8(1): 52–71.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=98534919&site=ehost-live>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Eliasari, P., and I. Sukaatmadja. 2017. “*Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase-Intention Dimediasi Oleh Perceived-Quality Dan-Brand-Loyalty.*” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(12): 248810.
- Emmanuel, Alwyn. 2021. “*PERKEMBANGAN ONLINE FOOD DELIVERY ERA COVID-.*” 30(6): 1–8.
- Ernawati, Sri. 2018. “*Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Pada Rokok Sampoerna Amild Di Kota Bima).*” *Jurnal Mitra Manajemen* 2(2): 89–103.

Fahmi, Irham. 2019. *Perilaku Konsumen Teori Dan Aplikasi*. ed. Sayed Mahdi. Bandung.

Febriani, Nufian S, Wayan Weda Asmara Dewi, and Fitria Avicenna. 2020. "Perilaku Konsumen Terhadap Kualitas E-Service Pada e-Commerce." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12(2): 240–61.

Hermawan, H. (2017). *Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online*. WACANA, *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 136. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.6>

Indra, Helmi, and RiriPranata Mayliza. 2019. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv. Laris Motor Cabang Air Haji." *Jurnal*: 1–10

Javier, Faisal. "RisetGrabFood: Ulasan Makanan Faktor Terbesar Orang Indonesia Mencoba Restoran Baru." : 1–11.

Kulkarni, Gaanyesh, and Rajesh Srivastava. 2018. "STUDY ON IMPACT OF SALES PROMOTION ON BRAND LOYALTY OF GENERATION-Z FOR EDIBLE OIL STUDY ON IMPACT OF SALES PROMOTION ON BRAND LOYALTY OF GENERATION-Z FOR EDIBLE OIL View Project Impact of Social Marketing in Corona View Project." 5(08): 84–104. www.aarf.asia.

Kurniawan, Hironimus Hari. 2017. "Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust(Studi Pada Brand Restoran McDonald's Di Kota Malang)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4(2): 228–39.

Kusuma, Yohanes Surya. 2014. "Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Yohanes Surya Kusuma Program Manajemen Pemasaran , Universitas KristenPetra Jl . Siwalankerto 121-131 , Surabaya." *Manajemen Pemasaran* 2(1): 1–11.

Lazuardi, D. (2022). *Pengaruh Personal Selling dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Chicken Holic Medan Fair*. 610–619.

Medah, Melgiana. 2014. "E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran." *Jurnal*

Sistem Informasi Universitas Suryadarma 4(1): 74–81

MediaIndonesia.com. 2021. “Riset: GrabFood Terbanyak Digunakan Konsumen Dan Merchant Indonesia.” *Mediaindonesia.Com*: 1–6.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/448869/riset-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-indonesia>.

Mendez, Marife et al. 2015. “Sales Promotion and Brand Loyalty : Some New Insights.” *International Journal of Education and Social Science* 2(1): 103–17.

Thomas, Vincent Fabian. 2019. “Nielsen: 58% Masyarakat Pesan Makanan via Aplikasi Pesan-Antar.” *tirto.id - Ekonomi*. <https://tirto.id/nielsen-58-masyarakat-pesan-makanan-via-aplikasi-pesan-antar-eil7>.

Pratama, Johanes Kevin. 2018. “Analisis Pengaruh Product Dan Promotion Terhadap Brand Loyalty Mobil Toyota Yaris Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening.” *Petra Business & Management Review* 4(1): 115–29.

Pranadata, I Gede Putu, Minarti Rahayu, and Ananda Sabil Hussein. 2017. “Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Industri One Stop Carcare Service Di Kota Malang).” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4(2): 217–28.

Priansa, Donni Juni. 2021. *Alfabeta Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.

Qurbani, Derita, and Veta Lidya Delimah Pasaribu. 2019. “PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY NASABAH PRUDENTIAL SYARIAH PADA PT. FUTURISTIK ARTHA GEMILANG (Studi Kasus Di Kantor Cabang Agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan).” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3): 121.

Ramadanty, Sari, and Riana Widayanti. 2020. “Sales Promotion and Brand Loyalty through Mobile Application Line Official Account.” *Journal of Critical Reviews* 7(17): 1720–27

Redaksi Selular. 2021. “Grab Renggut Penghargaan Best Everyday App Di Ajang Selular Award 2021.” *Selular Congress*: 15–17. <https://selular.id/2021/07/grab-renggut-penghargaan-best-everyday-app-di-ajang-selular-award-2021/>.

Rizkiana, Citra, and Asih Niati. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Paket Perjalanan, Kesan Kualitas Jasa Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umroh Pt. Madinah Imam Wisata Kabupaten Semarang.” *Solusi*

18(2).

Samantha, Ruth, and Diaz Almalik. 2019. "*Pengaruh Promotion Mix Terhadap Customer Loyalty Melalui Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi.*" *Tjyybjb.Ac.Cn* 3(2): 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.

Septiani, Risa, and Nurhadi. 2020. "*Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan.*" 10(2).

Silalahi, Ulber. 2017. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. ed. Nurul Falah Atif. PT Refika Aditama.

Silalahi, DR Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. keempat. ed. Nurul Falah Atif. Bandung.

Siena, Catherina, and Muhammad Adi Pribadi. 2020. "*Interaksi Simbolik Dalam Sales Promotion Menciptakan Brand Loyalty (Studi Kasus Pengguna Kartu Starbucks Di Jakarta).*" *Prologia* 4(1): 201.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. ed. Setiyawani. Bandung: ALFABETA.

Thomas, Vincent Fabian. 2019. "*Nielsen: 58% Masyarakat Pesan Makanan via Aplikasi Pesan-Antar.*" *tirto.id - Ekonomi*. <https://tirto.id/nielsen-58-masyarakat-pesan-makanan-via-aplikasi-pesan-antar-eil7>.

Tirto. 2021. "*Riset Snapcart: GrabFood Pimpin Industri Food Delivery Indonesia.*" *Tirto.Id*. <https://tirto.id/riset-snapcart-grabfood-pimpin-industri-food-delivery-indonesia-glEg>.

Tufa, Belachew Fikirte, and Workineh Melese Mesfin. 2021. "*The Effect of Sales Promotion on Brand Awareness and Brand Loyalty: Assessment of Walia Beer Brand Management Practices.*" 10(1): 35–47. <http://publishingindia.com/ijmbc/>.

Yunianto, Kurnia. 2022. "*Tahun 2022 , Ekonom Proyeksikan Industri Food Delivery Tumbuh 7 %.*" : 1–10.