

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Amri, K. (2018). Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol.9,No.1.
- Dhini, Vika, Azkiya. (2022, Juni 16). Layanan Pesan Antar Makanan Online yang Pertama Kali Diingat/Top of Mind Berdasarkan Riset Tenggara Strategics. Diambil Dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/riset-grabfood-kalah-populer-dibandingkan-gofood-dan-shopeefood> (Akses : 20 Oktober 2022)
- Dyahtritami, Vigi, Reinaning. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Social Media Marketing Terhadap Purchase Decision Pada Favehotel Braga Bandung Tahun 2020. *Telkom University*.
- Frisilia, Puti, Riani. (2022). Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Layanan ShopeeFood Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*
- Kemkominfo. (2021, Februari 23). Bisnis E-Commerce Semakin Gurih. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Diambil dari: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel> (Akses : 22 Oktober 2022).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Amstrong, G (2018). *Principles of Marketing 17th Edition* : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 15th Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kusumawardany, Nettha, Lorensa; Sharif, Osa, Omar. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Twitter Terhadap Brand Attitude Dan Purchase Intention Shopee Food Indonesia. *Telkom University*.

- Lestari, Maya, Alda. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Gofood Di Kota Bandung. *Telkom University*.
- Lidwina, Andrea. (2021, Februari 18). Persentase Pengguna Internet yang Pakai Aplikasi Pesan-Antar Makanan. Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan Indonesia Tertinggi di Dunia. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/penggunaan-aplikasi-pesan-antar-makanan-indonesia-tertinggi-di-dunia> (Akses : 25 Oktober 2022)
- Lidwina, Andrea. (2021, Juni 04). 10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia. Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> (Akses : 25 Oktober 2022)
- Murniati, Syifa, Milenia. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Add-On Indihome Pada Pt. Telkom Witel Bandung 2021. *Telkom University*
- Muslizar, Dhandi. (2022). Pengaruh Marketing Mix Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Olenka Coffee And Dining Di Banda Aceh. *Telkom University*
- Pambudi, Bimo, Erga; Hanifa, Fanni, Husnul. (2022). Analisis Bauran Pemasaran pada Kalih Coffee Tea and Spaces Purwokerto Tahun 2022. *Telkom University*.
- Pramata, Taufi, Wira; Rubiyanti, R. Nurafni. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Properti Era Bandung. *Telkom University*.
- Prayoga, Dimas, Eza (2021) Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Food Terhadap Minat Beli Remaja Di Denpasar, *Universitas Udayana*
- Pahlevi, Reza (2022, Juni 16) Survei: Nilai Transaksi Gofood Lebih Besar Dari Pada Shopee Food dan Grabfood. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-nilai-transaksi-gofood-lebih-besar-dari-shopeefood-dan-grabfood>. (Akses: 29 Agustus, 2023)

- Rizatyu, Monavia, Ayu. (2022, Januari 2022). Nilai Transaksi Bruto (GMV) Perusahaan Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara. Tertinggi di Asia Tenggara, Nilai Transaksi GrabFood Lampau GoFood dan ShopeeFood pada 2021. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/31/tertinggi-di-asia-tenggara-nilai-transaksi-grabfood-lampau-gofood-dan-shopeefood-pada-2021> (Akses: 25 Oktober 2022)
- Ramdhan, F., & Jumhur, H. M. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada *E-Commerce* Shopee. *Telkom University*.
- Ramdhan, Muhammad. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada di Kota Bandung. *Telkom University*.
- Ramdhani, Fitri. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Motivasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian produk Nasabah *Priority Banking* Pada PT Bank BNI Syariah kantor Cabang Medan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Salsabila, Mutiara. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung Desa Wisata Kampung Patin Riau. *Telkom University*
- Sembiring, santa, Putri, Melani; Jumhur, Helmi, M.; Tantra, Tarandika. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada E-Commerce Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19. *Telkom University*.
- Shopee. (2022, Oktober 20). Shopee adalah platform belanja online terdepan di Asia Tenggara dan Taiwan. Diambil dari: <https://careers.shopee.co.id/about> (Akses: 30 Oktober 2022)
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.

- Suhartadi, Imam. (2022, januari 28). Mayoritas Pengguna E-Commerce Akses Lewat Aplikasi yang Diunduh di Smartphone dan Tablet. Mayoritas Pengguna E-Commerce Akses Lewat Aplikasi yang Diunduh di Smartphone dan Tablet. Diambil dari: <https://investor.id/business/280421/mayoritas-pengguna-ecommerce-akses-lewat-aplikasi-yang-diunduh-di-smartphone-dan-tablet> (Akses: 30 Oktober 2022)
- Sumarto, Lola, Monica. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Bimbingan Belajar Ganesha Operation Kota Cilegon. *Telkom University*
- Syachreza, Yuga, Raihan; Rachmawati, Indira; Tantra, Tarandhika. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Telkom University*.
- Taher, Rayhan, Azman. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap E-Satisfaction Layanan Shopeefood Pada Generasi Z Di Wilayah Dki Jakarta. *Telkom University*.
- Taja. (2017, Agustus 28). Fenomena E-commerce dalam Pemerataan Ekonomi Digital di Indonesia. Fenomena E-commerce dalam Pemerataan Ekonomi Digital di Indonesia. Diambil dari: https://www.kompas.id/baca/adv_post/fenomena-e-commerce-dalam-pemerataan-ekonomi-digital-di-indonesia (Akses: 30 Oktober 2022)
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfaction* (4th Edition)
- Utama, Lazuardhi (2021, November 22) GrabFood Vs GoFood dan ShopeeFood, Siapa Jawara di Indonesia? Diambil dari <https://www.viva.co.id/digital/startup/1425394-grabfood-vs-gofood-dan-shopeefood-siapa-jawara-di-indonesia?page=all> (Akses: 29 Agustus 2023)
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). Metodologi Penelitian Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Bandung: PT Refika Aditama.

Widodo. (2017). Metodologi Penelitian: Populer & Praktis. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.