

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Agrifood.id. (2023, February 7). Online Food Delivery Jadi Pilihan, Go Food dan GrabFood Bersaing Ketat. Retrieved February 25, 2023, from [https://agrifood.id/online-food-delivery-jadi-pilihan-Go Food-dan-grabfood-bersaing-ketat/](https://agrifood.id/online-food-delivery-jadi-pilihan-Go-Food-dan-grabfood-bersaing-ketat/).
- Antaranews.com. (2022, June 10). Pengguna Internet di Indonesia Naik dari Tahun ke Tahun. Retrieved March 12, 2023, from <https://www.antaranews.com/berita/2930745/>.
- Ardiansyah, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood pada Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia*. Universitas Satya Negara Indonesia. <https://repository.usni.ac.id/repository/67d77815f54e6be3f874b503270b0b7d.pdf>.
- Ariwibawa, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pengguna Jasa GrabFood (Studi pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang)*.
- Ariyani, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan, Perceived Value, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pengguna Shopee Food di Kota Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia, Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Yogyakarta: <https://dspace.uii.ac.id>.
- Ariyani, R., & Albari. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan, Perceived Value, dan Loyalitas Pelanggan Pengguna ShopeeFood di Kota Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 639-648.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Aswar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Davis, G. B. (2016). *Kerangka Dasar : Sistem Informasi Manajemen Bagian I Pengantar Seri Manajemen No 90 A*. Jakarta: PT Pustaka Binawan Pressindo.
- Dihni, V. A. (2022, June 6). Katadata.co.id: Riset: GrabFood Kalah Populer Dibandingkan Go Food dan ShopeeFood. Retrieved from

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/riset-grabfood-kalah-populer-dibandingkan-Go-Food-dan-shopeefood>.

- Erynayati, L., Geriadi, M. A., & Sawitri, N. P. (2021). Pilihan Konsumen dalam Menggunakan Fitur Go Food: Variabel Kegunaan sebagai Moderator. *Jurnal Ekonomi*, 19-34.
- Faridah, & Yoeliastuti. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja Online pada Aplikasi Go Food. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, 26-136.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitriani, D., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Moderasi Brand Image terhadap Hubungan antara Promosi dan Loyalitas pada Pelanggan ShopeeFood di Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya*, 39-49.
- Fitriani, D., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Moderasi Brand Image Terhadap Hubungan antara Promosi dan Loyalitas pada Pelanggan ShopeeFood di Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 39-49.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, M. (2013). *Perilaku Organisasi : Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haqi, M. S., & Rahmatika, A. N. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Layanan GrabFood di Jombang. *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, 42-57.
- Harris, S. A., & Soenhadji, I. M. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga dan Distribusi terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Aplikasi Food Delivery dengan Menggunakan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 418-432.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawati, B., Wijayanti, M., & Yuniati, T. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen yang Berimplikasi pada Loyalitas Pelanggan Go Food di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 59-76.

- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Go Food di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, EKonomi, dan Akuntansi)*, 112-122.
- Izzah, N. N., Budiastmo, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Pizza Hut Delivery Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 50-58.
- Jogiyanto, H. M. (2015). *Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing An Introduction*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kusmayanti, K., Kamanda, S. V., & Hermansyah, T. (2022). Pengaruh Moderasi Citra Merek terhadap Hubungan antara Promosi dan Loyalitas pada Pelanggan ShopeeFood di Batuaji Batam. *Jurnal AL-AMAL*, 39-46.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *Iqtishaduna : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 54-64.
- Mime Asia Team. (2021). *Go Food Service Achieves Most User-Friendly Application Predicate*. Retrieved March 14, 2023, from <https://www.mime.asia/Go-Food-service-achieves-most-user-friendly-application-predicate/>.
- Novianti, E., & D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 90-108.
- Putri, I . (2021, February 27). DetikInet: Riset CLSA : Lebih Ramah Pengguna, Go Food Jadi Pilihan Utama Pelanggan. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5474442/riset-clsa-lebih-ramah-pengguna-Go-Food-jadi-pilihan-utama-pelanggan>.
- Pratiwi, R. P., Ekanova, A. P., & Nagari, O. P. (2022). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood Di Jakarta. *Jurnal JEKMA Ekonomi dan Manajemen*, 18-28.
- Rahmayanti, P. L., & Ekawati, N. W. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Menggunakan Online Food Delivery Service di Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 125-138.

- Rizaty, M. A. (2023, February 3). DataIndonesia.id : Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 juta pada 2023. Retrieved from <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Santika, E. F. (2023, February 7). Katadata.co.id : Go Food jadi Platform Paling Laku untuk Jual Makanan UMKM pada 2022. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/Go-Food-jadi-platform-paling-laku-untuk-jual-makanan-umkm-pada-2022>.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 881-890.
- Sihombing, D. A., & Juliasari, A. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Pembelian Konsumen Go Food di Kalangan Mahasiswa IBM asmi. 21-28.
- Silva, G. M., Dias, A., & Rodrigues, M. S. (2022). Continuity of Use of Food Delivery Apps: An Integrated Approach to the Health Belief Model and the Technology Readiness and Acceptance Model. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 1-21.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & G, C. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 1*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & G, C. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta: ANDI.
- Wahyono, D. P., Sulastri, & David, M. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen (Studi kasus terhadap Pelanggan GrabFood pada Mahasiswa STIE KH. Ahmad Dahlan Kota Lamongan). *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 127-138.

- Wijaya, P. S., Hardono, L, N. L., Tarigan, Radito, T. A., & Kodora, K. F. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeeFood. *Jurnal Socia Akademika*, 74-85.
- Yulian, E. A., Prahmadisti, M. S., Maharani, T. Y., & Arafah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Aplikasi Go Food di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 35-44.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA