

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alma. (2015). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini. (2018). "The Effects Of Word Of Mouth And Sales Promotion On Purchasing Decision For Dreamland Decoration". p 19-26.
- Anugrah. (2019). "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Pesan Antar Makanan Gofood" Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Aprianto. (2016). "Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Elektronik Kota Lubuklinggau". p 41-63.
- A. Asmoro. (2018). "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Pengguna Jasa Internet MNC Play Media (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Undip Pengguna Provider MNC Play Media)". Universitas Diponegoro.
- Budiman. (2019). "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Telkomsel". p 761-770.
- Budiansyah. (2019, Desember 4). "GoPay Error, Netizen: Gak Bisa Bayar GoFood Nih!". Dipetik September 14, 2020, dari [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191204103102-37-120126/gopay-error-netizen-gak-bisa-bayar-gofood-nih):  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191204103102-37-120126/gopay-error-netizen-gak-bisa-bayar-gofood-nih>
- Budiono. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian". p 1-15.
- Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Fahmi. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori Dan Aplikasi*. . Bandung: Alfabeta.

- Faradina. (2016). "*Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda*". p 1-18.
- Fasha. (2019). "*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan*". Universitas Telkom.
- Fiona. (2020). "*Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek)*". p 331-341.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hannes. (2020). "*The Effect of Sales Promotion, Brand Image, and Online Customer Experience toward Repurchase Intention Mediated by Customer satisfaction (Shopee in Indonesia)*".
- Hariadi. (2015). "*Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision*". Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran. p 67-68.
- Haryanto. (2017, Mei 9). "*Mayoritas Pengguna Go-Jek Perempuan Single*". Dipetik Agustus 15, 2020, dari detik.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3496233/mayoritas-pengguna-go-jek-perempuan-single>
- Hasanuddin. (2016). "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas*". p 49-66.
- Hasibuan. (2018, Oktober 17). "*Terungkap! Pria Senang Cashback, Wanita Suka Diskon*". Dipetik September 14, 2020, dari cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20181017125649-33-37747/terungkap-pria-senang-cashback-wanita-suka-diskon>
- Hendratmoko. (2019). "*Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening (Studi pada Waroeng Steak and Shake Cabang Yogyakarta)*". p 116-125.

- Heryanto. (2016). "*Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan*". p 80-101.
- Hikmawati. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ikhlas. (2019). "*Pengaruh Bauran Promosi Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk House Of Smith Bandung*". Universitas Telkom.
- Indonesia. (2020, Februari 11). "*GoFood Terus Memimpin Pasar dengan Utamakan Pengalaman Berkuliner Pelanggan*". Dipetik Oktober 12, 2020, dari [www.pressrelease.kontan.co.id/](http://www.pressrelease.kontan.co.id/):  
<https://pressrelease.kontan.co.id/release/gofood-terus-memimpin-pasar-dengan-utamakan-pengalaman-berkuliner-pelanggan>
- Jannah. (2016). "*The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT. Mahakarya Sejahtera Indonesia*". p 201- 206.
- Jayani. (2019, September 23). "*Nielsen: Aplikasi GoFood Lebih Unggul Dibandingkan 3 Pesaingnya*". Dipetik September 14, 2020, dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id):  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/23/nielsen-aplikasi-gofood-lebih-unggul-dibandingkan-3-pesaingnya>
- Khairunissa, K. (2017). "*Pengaruh Bauran Promosi Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa BINUS University Yang Menggunakan Jasa Go-Jek Di Jakarta)*". p 37-45.
- Kotler, P. &. ( 2014). *Principles Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Principles of Marketing (17th ed.)*. England: Pearson.
- Kotler, P. A. (2016). *Marketing Managemet. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Mahardika. (2019). "*Riset Nielsen: Ada 3 Alasan Masyarakat Indonesia Doyan Pakai GoFood*". Dipetik September 14, 2020, dari Akurat.com:  
<https://akurat.co/ekonomi/id-769862-read-riset-nielsen-ada-3-alasan-masyarakat-indonesia-doyan-pakai-gofood>
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi global*. Bandung: Alfabeta.
- Muchsin. (2020). "*Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pengguna Internet Indihome Di Kota Bandung)*". Universitas Telkom.
- Mulyana. (2016). "*Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome (Studi Kasus Witel Bandung)*". p 1476-1483.
- Nangoy. (2018). "*The Effect Of Advertising And Sales Promotion On Consumer Buying Decision Of Indovision Tv Cable Provider*". p 1228-1237.
- Nugraha. (2019). "*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Grab Food Di Jabodetabek*". Universitas Telkom.
- Pandia. (2017). "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Air Mineral Aqua*". p 67-76.
- Pradana. (2018). "*Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Grabcar Bandung*". Universitas Telkom.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanto. (2017). *Definisi variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen*.
- Purnamasari. (2019). "*Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang*". p 89-96.

- Putri. (2020). "*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Ukm Kharisma Sejahtera*". p 140-152.
- Putri. (2019). "*Pengaruh Promosi Penjualan Grab Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers Grab Di Kota Bandung*". p 6500-6512.
- Rahmatika. (2019). "*Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pln Mobile*". Universitas Telkom.
- Rangkuti. (2017). *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmah. (2018). "*Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia*". p 1-13
- Safitri. (2020, Februari 11). "*Tahun 2019, Jumlah Pelanggan GoFood Naik Dua Kali Lipat*". Dipetik Agustus 14, 2020, dari kompas.com:  
<https://money.kompas.com/read/2020/02/11/231900126/tahun-2019-jumlah-pelanggan-gofood-naik-dua-kali-lipat?page=all>
- Setyaningrum. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- setyowati. (2019, September 19). "*Layanan Pesan-Antar Makanan Jadi Tren, Riset Nielsen: GoFood Pionirnya*". Dipetik Agustus 15, 2020, dari katadata.co:  
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4e6d3947a/layanan-pesan-antar-makanan-jadi-tren-riset-nielsen-gofood-pionirnya>
- Simatupang, W. W. (2019). "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Di Kota Medan*". Universitas HKBP Nommesen.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan (R&D)*". Edisi ke-1. Bandung: Alfabeta CV.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Definisi variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen*.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Definisi variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent*.
- \_\_\_\_\_ (2018). *Definisi variabel operasional adalah suatu proses menurunkan variabel yang terkandung dalam masalah penelitian menjadi bagian-bagian terkecil sehingga mempermudah mengetahui penelompokan masalah*.
- Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Pt Refika Aditama.
- Suwandi. (2020). "*The Influence of Quality of Distribution and Sales Promotion to Customer Satisfaction in PT Arasindo*". p 120-131.
- Tapatfeto. (2019). "*Pengaruh Brand Awareness, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Grabfood Di Kota Kupang*". Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Ulam. (2019). "*Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Go-Food Di Kota Bandung*". Universitas Pendidikan Indonesia.
- Urlocker. (2020, Agustus 17). "*Customer Satisfaction By The Numbers: An Industry Breakdown*". Diambil kembali dari forbes.com:  
<https://www.forbes.com/sites/ciocentral/2012/04/19/customer-satisfaction-by-the-numbers-an-industry-breakdown/#3353faa4580f>
- Werdiningsih. (2019, September 2). Dipetik September 14, 2020, dari  
<https://id.quora.com/Memilih-menggunakan-Go-Food-atau-GrabFood-Apa-alasanmu>
- Widodo. (2017). "*Pengaruh Influencer Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention*". Universitas Brawijaya.

Yanto. (2018). "*Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Terhadap Minat Pembeli pada toko Zoya Palembang*". UIN Raden Fatah.

Yongki. (2019, Oktober 16). "*Promo Free Ongkir GoFood Membingungkan*".

Dipetik Agustus 15, 2020, dari [mediakonsumen.com](https://mediakonsumen.com):

<https://mediakonsumen.com/2019/10/16/surat-pembaca/promo-free-ongkir-gofood-membingungkan>

Zulkarnain. (2019). "*Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Kaligarang Semarang)*". Institut Agama Islam Negri.