

DAFTAR PUSTAKA

- Analyze. (2021, November 23). *GrabFood, Aplikasi Pesan-antar Makanan Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Retrieved from [youngster.id](https://youngster.id/headline/grabfood-aplikasi-pesan-antar-makanan-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/):
<https://youngster.id/headline/grabfood-aplikasi-pesan-antar-makanan-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>
- Angelyn, & Kodrat, D. S. (2021). The Effect of Social Media Marketing on Purchase Decision with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*.
- Arinni, R. W., & Sharif, O. O. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI BRAND PASSION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA ESTEH INDONESIA. *International Journal Of Social Sciences and Management Review*.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty. *Business & Management Studies : An International Journal*, 128-148.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management*. Florence, South Carolina: Prentice Hall.
- Dharmayana, I. A., & Rahanatha, G. B. (2017). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2018-2046.
- ElAydi, H. O. (2018). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Open Access Library Journal*.
- Eliasari, P. A., & Sukaatmadja, I. G. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Dimediasi oleh Percieved Quality dan Bran Royalty. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6620-6650.
- Febriansyah, M. R., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Transitory Coffee. *e-Proceeding of Management*, 8935.
- Febrianti, A. I., & Saputri, M. E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Youtube, Instagram, dan Twitter Terhadap Brand Awareness Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100FM Bandung) . *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 2086-0455.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Jawa Barat: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hussain Khan, M. A., Fatima, A., & Matloob, A. (2019). The Effect of Social Media Marketing In Online Fashion Apparel with the Mediating Role of Fashion

- Consciousness, Brand Consciousness and Value Consciousness. *International Journal of Recent Innovations in Academic Research*, 65-83.
- Ibrahim, R., Ghoneim, A., Irani, Z., & Fan, Y. (2016). A brand preference and repurchase intention model: the role of consumer experience. *Journal of Marketing Management*, 1230–1259.
- Indrawati. (2018). *Metode penelitian kualitatif manajemen dan bisnis konvergensi teknologi informasi dan komunikasi*. Bandung: Refika.
- Jayani, D. H. (2019, September 26). *Pemesanan Makanan secara Online Makin Digemari*. Retrieved from databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/26/pemesanan-makanan-secara-online-makin-digemari>
- Komala, R. D., & Nellyaningsih. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science*, 330.
- Laksana, F. F., & Suyoto. (2019). PENGUKURAN KUALITAS UX WEBSITE MENGGUNAKAN SUS. *CESS (Journal of Computer Engineering System and Science)*, 138-144.
- Mahendra, D. P., & Nugrahani, R. U. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Activities Terhadap Brand Awareness Hearo di Instagram. *e-Proceeding of Management*.
- Muliyana, T., & Suyanto, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *e-Proceeding of Management*, 2330.
- Pertiwi, W. K. (2021, Januari 14). *Gojek dan Grab Harap Waspada, ShopeeFood Siap Ekspansi di Indonesia*. Retrieved from Kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2021/01/14/09410017/gojek-dan-grab-harap-waspada-shopeefood-siap-ekspansi-di-indonesia>
- Priyono. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Putra, I. W., & Aristana, M. W. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention (Studi Kasus: SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 1035-1044.
- Rismadhi, F. I., Jumhur, H. M., & Febrianta, M. Y. (2020). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Bisnis Transportasi Gojek Pada Layanan Go-Ride (Studi Kasus Kota. *e-Proceeding of Management*, 5293.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari 19). *Data Digital Indonesia Tahun 2022*. Retrieved from Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/da-ta-digital-indonesia-tahun-2022>

- Roihan, A. (2022, April 19). *Profil dan Sejarah Perusahaan Shopee*. Retrieved from Teknovidia: <https://www.teknovida.com/profil-sejarah-shopee/>
- Rumapea, N. N., & Putra, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Avoskin Di Kalangan Mahasiswa Telkom University. *e-Proceeding of Management*, 1080.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach*. Chichester: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Suastika, N. W. (2020). The Effect of Experiential Marketing, Social Media Marketing, and Brand Trust on Repurchase Intention in Ovo Applications. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 11-21.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif,kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrazad, I. F., & Aziz, F. (2021). Pengaruh Content Marketing Instagram terhadap Brand Awareness pada Produk Safi di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*.
- Utama, L. (2021, November 2021). *GrabFood Vs GoFood dan ShopeeFood, Siapa Jawara di Indonesia?* Retrieved from Viva.co.id: <https://www.viva.co.id/digital/startup/1425394-grabfood-vs-gofood-dan-shopeefood-siapa-jawara-di-indonesia>
- Yudanto, A. A., Welsa, H., & Wiyono, G. (2020). Analisis Competitive Advantage Bisnis Coffee-Shop Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 1411-8637.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.