

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Tamara, Ama Suyanto. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Perubahan Minat Konsumen Dari Makanan Tradisional Menjadi Makanan Korea Diindonesia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3(2). Reviewed from Telkom University Database
- Andrian, G. P., & Berlianto, M. P. (2022). Faktor yang mempengaruhi repurchase intention pada layanan Grab Food. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*.
- Barid, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Switching Intention Pada Bank Syariah Kota Malang 1-106.
- Belly Sandy Purnomo, N. N. (2023). Pengaruh Customer Experience, Customer Knowledge, Customer Satisfaction Terhadap Minat Penggunaan Ulang Layanan
- Das, J. (2018). Consumer perception towards online food ordering and delivery services: An empirical study. *Journal of Management*.
- Dharmawan, Winda Putri, and Farah Oktafani. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi Gojek." *SEIKO : Journal of Management & Business* 5(1).
- Dihni, Vika Azkiya. 2022. "Riset: Grab Food Kalah Populer Dibandingkan Go Food Dan Shopee Food." 16 Juni.
- Haque, & Ahmed, S. (2015). Key success factors of online food ordering services: An empirical study. *Malaysian Institute of Management Journal*.
- Indrawati. (N.D.). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*.
- Iskamto, D., & Rahmalia, K. F. (2023). Customer Review, Influencer Endorsement, and Purchase Intention: The Moderating Role of Brand Image. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(3), 234-251.

- Javier, Faisal. 2021. "Go Food Platform Pesan Antar Makanan Paling Banyak Digunakan." Jumat, 24 Desember.
- Jawabreh, O. A. A., et al. (2023). An empirical analysis of the factors influencing online meal delivery services. ResearchGate.
- Maliando, Awen Asrizal. 2020. "Jalan Tak Berujung: Makna Logo Grab Indonesia." *Jurnal Pewarta Indonesia* 2(2):78–84.
- Muhammad Saputra, et al. (2018). Consumer purchase decisions on food and beverage delivery services on the Go Food application. *Journal Institute of Informatics and Business (IIB)*.
- Mustajab, Ridhwan. 2023. "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023." 04 September.
- Novi Febriyanti, N. L. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm Kawasan Wisata Unit Banjarnegara Yogyakarta. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Nuharini, H. F., & Purwanegara, M. S. (2022). Sharing economy of online food delivery: Revealing the underlying attributes of the customer experience through semantic network analysis. *The South East Asian Journal of Management*.
- Pelade Viora, A., & Suyanto, A. (2020). Keputusan Pembelian Berdasarkan Persepsi, Motivasi, dan Sikap pada Marketplace. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3. Reviewed from Telkom University Database
- Puranda, Nindy Resti, Maya Ariyanti, and Astri Ghina. 2022. "The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty With E-Satisfaction as an Intervening for Go Food Application Users." *Italienisch* 12(1):218–26.
- Purnama, N. R., et al. (2022). The effect of e-service quality on e-loyalty with e-satisfaction as an intervening for Go Food application users.
- Rachmawati, I., Sary, F. P., & Perdani, D. R. (2016). Influence of the use of brands in a foreign language (English) on the purchase decision process of cosmetic products made in Indonesia. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 24, 51-62.

- SinghRathore, S., & Chaudhary, M. (2018). Consumer's perception on online food ordering. *International Journal of Management & Business Studies*.
- Social, we are. 2022. "DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH." Retrieved January 26, 2022 (<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>).
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian." 01:1–23.
- Suhariyanto. n.d. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Suyanto, A. (2019). Analisis faktor-faktor yang membentuk perubahan minat konsumen dari makanan tradisional menjadi makanan Korea di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3. Retrieved from Telkom University Database
- Suyanto, A. M. A., Dewi, D. G., (2023). Marketing Mix on Purchase Intention and Its Impact on the Decision to Purchase Something Products. *International Journal of Business Review*.
- Tria Wulan Ndari, W. W. (2015). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Memutuskan Membeli Dan Menggunakan Smartphone Merek Oppo Di Kecamatan Palu Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (Jimut)*.
- Trianasari, N., Ariyanti, M., Mulyani, L.S. (2023). COMPARATIVE ANALYSIS OF ONLINE REVIEW PLATFORMS: IMPLICATION IN ELECTRONIC SERVICE QUALITY FOR VIDEO PLAYERS AND EDITOR APPS (YOUTUBE AND TIKTOK). *The Seybold Report*, 18 (12), 1533-9211. 14-41
- Ulfa, Maulina. 2023. "Strategi Gojek Lewat Food Delivery Dorong UMKM RI Bangkit Pasca Pandemi." 10 November. Retrieved (<https://www.idxchannel.com/>).

- Verdian, E. (2019). Analisis Faktor Yang Merupakan Intensi Perpindahan Merek Transportasi Online Di Surabaya.
- Wahyuni. 2019. "Pengertian Skala Likert." Bab III Metoda Penelitian Bab iii me:1–9.
- Wikipedia. 2023. "Gojek." 18 Desember. Retrieved (<https://id.wikipedia.org/>).
- Wiratmanto. 2014. Analisis Faktor Dan Penerapannya Dalam Mengidentifikasi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran, Studi Kasus: Media Pembelajaran Solusi Belajar Elektronik (SONIK), Produksi : PT. Solusi Ajitech Persada.
- Yopi Nisa Febianti, W. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Jasa Antar Makanan Gofood Di Kota Cirebon. Jurnal Pendidikan Ekonomi.
- Yunita Eka Sari, C. S. (2023). . "Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Pt. Bfi Finance Indonesia Tok Cabang Karawang. Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing).