

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, P. M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Abdullah, T. (2015). *Manajemen Pemasaran*. 2.
- Badan Pusat Statistik Kota Cirebon. (2021). *Kota Cirebon Dalam Angka 2021*.
- Imam, G. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran : Bauran Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana (ed.); 13th ed.). PT. Glora Aksara Pratama.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Erlangga.
- Li, X., Wang, M., & Chen, Y. (2014). The impact of product photo on online consumer purchase intention. In *empirical study*.
- Munandar, A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. In *News.Ge* (Issue August).
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Septiawan, A. (2020). *Konstruksi Visual Ikan Dan Lure*. 22.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Syafrizal Helmi, S. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (3rd ed., Issue July). USU Press 2014.

Website

- Grab.com. (2019). *Hadir di 100 Kota dari Aceh sampai Papua, Grab jadi Layanan Transportasi dan Pembayaran Terluas di Indonesia*. Grab.Com. <https://www.grab.com/id/blog/berhasil-keluar-dari-jerat-kemiskinan-cerita-pria-lulusan-sd-yang-jadi-inspirasi-desanya/>
- Grab indonesia. (2020). *fitur self pick up*. Grab.Com. <https://help.grab.com/merchant/id-id/360046323831#:~:text=GrabFood%2FGrabMart Self Pick Up,efisiensi bagi Anda dan pelanggan.>
- Hadi, S. (2020). *4 Fitur Baru GrabFood, Pesan Makan Lebih Praktis dan Hemat*. Cnnindoensia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200320114257-190-485277/4-fitur-baru-grabfood-pesan-makan-lebih-praktis-dan-hemat>
- Muna, F. (2016). *Ini Alasan GrabTaxi Mengubah Nama dan Logo Perusahaan*. Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20160128/98/513839/ini-alasan-grab>
- Rahman, R. A. (2021). *Riset: GrabFood Terbanyak Digunakan Konsumen dan Merchant Indonesia Sumber: https://mediaindonesia.com/ekonomi/448869/riset-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-indonesia*. Mediaindoensia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/448869/riset-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-indonesia>

Jurnal

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Achmad, G. N. (2021). *Service quality, brand image and price fairness impact on the customer satisfaction and loyalty*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3), 1160–1164. <https://doi.org/10.1109/IEEM.2011.6118097>
- Aisha, N. (2020). *Determinan Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online Pada Aplikasi Grab Pad a Karyawan Swasta Di Kota Medan*. *Jurnal Sosek*, 1(2), 142–152. <http://jurnal.bundamediaгруп.co.id/index.php/sosek>
- Alfi S.P, F. (2021). *Efek Iklan Transportasi Online Oleh Selebgram Terhadap Peningkatan Pengguna (Studi Deskriptif Pada Pengguna Grab di Kota Medan)* [Muhammadiyah Sumatera Utara].

[http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16545/Skripsi Feby Alf Salsabila Pulungan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16545/Skripsi_Feby_Alfy_Salsabila_Pulungan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Ariana, R. (2016). *Sistem Kemitraan Perusahaan Transportasi Online Grab Dalam Perspektif Hukum Islam*. 2, 1–23.
- Atosokhi gea, A. (2014). TIME MANAGEMENT: Menggunakan Waktu Secara Efektif dan Efisien. *Humaniora*, 5(45), 777–785.
- Burhanuddin, A. (2019). *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Wordpress. <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif-2/>
- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i1.78>
- Digjaya Nata Nagara, & Hendrati. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 55–61. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i1.1001>
- Dina, D. N. I. (2020). *Pengaruh Iklan GrabFood Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Delivery Oorder di Lingkungan Pondok Pesantren Tahfidzil Quran Al Muqorrobin*. IAIN Ponogoro.
- Dinata, S. (2016). *Hakikat Observasi Penelitian Kuantitatif*. 41–60.
- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. [file:///C:/Users/ADMIN/Documents/Data Keny/SKRIPSI/jurnal orang/3897-13035-1-Pratiwi arbani \(pnlitian trdhl\).pdf](file:///C:/Users/ADMIN/Documents/Data%20Keny/SKRIPSI/jurnal%20orang/3897-13035-1-Pratiwi%20arbani%20(pnlitian%20trdhl).pdf)
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Ghivarianto, R. D. (2020). *GrabFood Punya Fitur Baru, Bisa Ambil Sendiri-Pesanan Terjadwal*. Detik.Com. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4935040/grabfood-punya-fitur-baru-bisa-ambil-sendiri-pesanan-terjadwal>

- Handu, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Diskon Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Anak-Anak Kos Pengguna Jasa Grab di Daerah Pringgodani, Mrican, Depok, Sleman Yogyakarta). In *repository.usd*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Haq, A. A. F., & Ilyan Sandrian Kusnanto, D. F. (2020). Pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi grab (grabfood). *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–9.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hasrian, A. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Islam Terhadap Keputusan Pengguna E-Money* [IAIN Bengkulu]. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Ida Sukmawati, J. D. . M. (2015). *Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado*. 3(3), 729–742.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381–390.
- Lim, S. C. (2020). Foodservice Waging War Against Covid-19 Crisis and the Opportunity. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 5(19), 41–49. <https://doi.org/10.35631/jthem.519004>
- Mawarpury, M.-, Maulina, S., Faradina, S., & Afriani, A. (2020). Kecenderungan Adiksi Smartphone Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Usia. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v5i1.6252>
- Muhammad, F. (2018). *Product Photography*. April.
- Muharromah, dewi W., Syska Lady, S., & Santosa, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan, Kemudahan Pembayaran, Dan Razia Lapangan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor

Roda Dua. *Kiat BISNIS Volume 6 No. 5, 6(5)*.

- Mujiyono. (2021). Pengaruh Sharing Economy Terhadap Partisipasi Kolaboratif Melalui Mediasi Sikap Berkonumsi (Studi pada Pengguna Grab di Yogyakarta). *Upajawa Dewantara, 5(1)*, 21–32.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Daya Saing, 7(2)*, 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431
- Nabilaturrahmah, A., Wiranata, I. A., & Ivona, L. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Grabfood Terhadap Keputusan Pembelian KFC Grand Wisata di Masa Pandemi. *Manajemen, 13(1)*, 72–80.
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis, 6(2)*, 1–9.
- Nugroho, A. A. (2018). Posisi Pengemudi dalam Industri Transportasi Online: Ilusi di balik Mitos Ekonomi Berbagi. *Researchgate, November*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17162.31681>
- Nurkharisma, E. A., Yani, B. A., & Hamidah, R. A. (2022). Keputusan Penggunaan Jasa GrabFood Ditinjau dari Harga, Promosi, dan Citra Merek. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(5)*, 1298–1308. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.927>
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika, 5(2)*, 117. <https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Pane, D. N., Fikri, M. EL, & Ritonga, H. M. (2018). Akuisisi yang dilakukan Grab terhadap Uber. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699.
- Paujiah, S., Ahmad, A., & Wulan, M. N. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood (The Effect of Product Photos and Customer Ratings on Purchase Decisions through GoFood Application). *2(2)*, 79–87.
- Purwanto, Y., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas, 2(2)*, 205–211. <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i2.74>
- Rahman, R. A. (2021). *Riset: GrabFood Terbanyak Digunakan Konsumen dan*

*Merchant Indonesia Sumber: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/448869/riset-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-indonesia>.
Mediaindoesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/448869/riset-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-indonesia>*

- Riska Sari Melati, R. D. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAIzWi8>.
- Ryana Trisnawati, Hari Purwanto, H. S. (2022). Gaya Hidup Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Food Delivery di Masa Pandemi Covid -19 (Studi Empiris pada Pengguna Grabfood di Kota Madiun). *Manajemen Dan Bisnis Akuntansi*, 4(4), 1771–2686. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Salim, B., & Ihalauw, J. J. O. I. (2017). Transformasi Model Bisnis Go-Jek Untuk Keunggulan-Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi-Berbagi Dari Sudut Pandang Pelanggan. *Journal of Business & Applied Management*, 10(02), 106–123. <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i02.931>
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, X(05), 19. http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-X-5-I-P3DI-Maret-2018-163.pdf
- Servanda, I. R. S., Reno Kemala Sari, P., & Ananda, N. A. (2019). Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 69–79. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i2.526>
- Sudaryat, Y., Ramdhan, Z., & Hidup, K. L. (2022). *Pelatihan fotografi produk dan dokumentasi umkm kopi puntang dengan menggunakan metoda flatlay fotografi*. 2(1).
- Sulistyo, A., Suhartapa, S., & Annisa, R. N. (2022). Pengaruh Narasi Produk Dan Foto Produk Terhadap Presepsi Kualitas Dan Minat Beli Wisatawan Melalui Portal Digital Agoda. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 18–38. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i2.455>
- Syikin, N., Mane, A., & Jafar, S. (2020). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Universitas Bosowa Makassar*, 6(005), 219–230.

- Tahalea, S. (2016). Fotografi Produk Sebagai Sarana Promosi Produk Lampu Untuk Perajin Lampu di Nitiprayan, Yogyakarta. *Fotografi*, 40–48.
- Tuhumury, N. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/jipp>
- Wahyud, T. (2019). Pengaruh Onlone Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1–7.
- Waisnawa, N. L. P. A. Y., & Rastini, N. M. (2020). Pengaruh Kualitas Argumen Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Niat Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kegunaan Informasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1527. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p15>
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Wibisono, H., Wijaya, K. E., Andreani, F., Perhotelan, P. M., & Petra, U. K. (2021). *Pengaruh Online Review Dan Online Rating Terhadap*.
- Wibowo, A. (2015). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 71–88. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11743>
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*.