

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku:

- Blackwell, R. D. (2006). *Consumer Behaviour: An Asia Pacific Approach*. . South Melbourne: Thomson.
- Hair J.F., e. a. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta : Airlangga.
- Jogiyanto, H. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan terstruktur Teori dan aplikasi bisnis." Edisi III*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8*. Jakarta: Penerbit Elangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Dalam B. Molan, *Manajemen Pemasaran. Edisi 12* (hal. 104). Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Mu'ah. (2014). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Schindler, R. M. (2012). *Pricing strategies*. California: SA GE Publications, Inc.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R & D, Cet. 23 & 24*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Cv.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: CV. A;fabeta.
- Sukesi. (2013). *Loyalitas pelanggan produk terasi rebon*. Surabaya: Smartekindo.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja.
- Syaifuudin, A. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Andriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

B. Jurnal:

- Aldion, R., Hasyim, A. I., & Murniati, K. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Buah Melon Golden (Cucumis Melo L) Di Pt. Mekar Unggul Sari, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(4), 689-695.
- Arrazi, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Terhadap Pendapatan Driver Grab Bike Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung*.
- Aryatiningrum, S. W. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen* 8.3 , 946-953.
- Az-zahra, H. N. (2021). Layanan online food delivery dalam membantu meningkatkan penjualan pada usaha mikro. *Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156-165.
- Bill, Y. (2020). Analisis Faktor Trust Dan Price Discount Bagi Pengguna Traveloka Dampaknya Terhadap Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Syntax Transformation*, 79-83.
- Budiantara, M., Gunawan, H., & Utami, E. S. (2019). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust in Online Store, Perceived Risk sebagai Pemicu Niat Beli Online pada Produk UMKM “Made in Indonesia” Melalui Penggunaan E-Commerce Marketplace. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 5(1), 19-27.
- Djafar, A. (2021, November 22). *Survei: GrabFood Aplikasi Pesan-Antar Paling Banyak Digunakan*. Diambil kembali dari gatra.com: <https://www.gatra.com/news-529182-ekonomi-survei-grabfood-aplikasi-pesan-antar-paling-banyak-digunakan.html#>
- Djayapranata, G. F. (2020). Kepuasan konsumen tidak selalu linear dengan loyalitas konsumen: Analisis pada restaurant Cepat Saji di Indonesia . *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 569-579.
- G. Lackermair, D. K. (2013). Importance of online product reviews from a consumer’s perspective. *Adv. Econ. Bus.*, vol. 1, no. 1, 1–5.
- George, G. (2005). Slack resources and the performance of privately held firms. *Academy of management Journal*, 48(4), 661-676.
- Halik, A. (2022). TheE Role Of Consumer Delight Moderating The Effect OF Content Marketing And Price Discount On Online Shopping Decision And Loyalty Of Generation Z. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 35-54.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh online consumer review dan rating terhadap minat beli produk kesehatan pada e-marketplace

- Shopee selama masa pandemi COVID-19. . *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558-572.
- indraswari, a., & kusuma, h. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE* 2, no. 1, 63-73.
- Irawan, F. (2020). Pengaruh Price Discount Dan Layanan Aplikasi Grabfood Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Statisfaction Kandang Ayam. *Journal of Accounting and Business Studies*, Vol. 5, No. 2.
- Irwansyah, R. (2022). Pengaruh Potongan Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv. Perfect Com. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Asahan*, Vol.9 No. 1.
- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang}. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764-773.
- Izzarifa, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mie Sakera Di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember. *Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember*.
- Kamisa, N., P, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journal of Economic and Bussines Research*, 21-29.
- Kristianti, M. M. (2021). Aanalisis Pengaruh Digital Marketing, Online Customer Experience Quality, E-Servqual, Terhadap Online Customer Trust, Online Customer Review Rating, Dan Online Customer Loyalty UMKM Indonesia Masa Pandemi Covid-19. *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)*, Vol 2, No 1.
- Kumar, L., & Bangari, M. (2023). The Effect Of Ewom, Online Review & Rating, And Advertising Information & Value On Consumer' Preference And Their Lloyalty For Brands: A Study With Special Focus On Working Women And Cosmetic Products. *Academy of Marketing Studies Journal*, 1-16.
- Latifiana, D., & Pardede, N. (2016). Penerapan Analisis Strategi UMKM Rumah Makan Masakan Padang Di Solo Raya. *Jurnal Gaung Informatika*.
- Lestari, S. I. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 7.2, 129-140.
- Mo, Z. L., & Fan, P. (. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*,, 419-424.
- Nawawi, M. T., & Anhar, D. A. (2024). Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Pada UKM. Budimas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).

- Nugraha, Febrisar, W., & Oktafiani, F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Grab Food Di Jabodetabek. *eProceedings of Management* 6, no. 3.
- Nugroho, S. (2022). Pengaruh Rating, Diskon, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Undergraduate Theses of Management*.
- Octadyla, M. M., Mismiwati, & Azwari, P. C. (2024). The Mediating Role of E-Trust Between Online Customer Review, Online Customer Rating, and E-Service Quality on Customer Loyalty on the E-Commerce Site Shopee (Case Study of the Seberang Ulu Community of Palembang City). *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 896-905.
- Oktarini, M. A., & Wardana, I. M. (2018). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(4), 2041–2072.
- Paujiah, S., Ahmad, A., & Mutiasari Nur 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). *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis (Rambis)*, 2(1), 79-87.
- Pradana, B. A., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Persepsi Harga dan Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(4), 1671-1682.
- Purba, R. W., Batubara, R. W., Siahaan, R., Lubis, F. H., & Rajagukguk, F. R. (2024). Dampak selera, Ketersediaan Produk Dan Diskon Pada Loyalitas Pelanggan Irian Supermarket Dept. Store Tebing Tinggi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1).
- Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. R. (2018). Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail Matahari Department Store di Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(4), 1–9.
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen: Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1581-1594.
- Rahman, S. H. (2020). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 24–36.
- Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi melalui Personal Selling terhadap Volume Penjualan. *Ecodemica*. 4(2), 223-231.
- Saputri, E. R. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Keagamaan Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah (Penelitian di Masyarakat Desa Gedangan Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung).

- Sarkina, P. (2022). Dampak Aplikasi Go Food Terhadap Penjualan Pada Usaha Nasi Sambal Korek di Jalan Bangau Sakti Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah. *PhD diss., Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*
- Setiawan, R. (2023). Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*
- Sophia, S. I. (2022). Keterkaitan Online Customer Review, Online Customer Rating, Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen Pengguna Shopee Di Kalangan Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Kota Padang. *Diploma thesis, Universitas Andalas.*
- Subagio, D. P., & Hastari, S. (2021). Price Discount: Pengaruhnya terhadap Online Customer Review dan Purchase Intention pada Konsumen Online Marketplace Platform pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, 9(1), 15-25.*
- Syahriya, I., & Himawan, A. F. (2022). The effects of cash on delivery, online customer review, and rating on Tiktok shop application towards customer loyalty. *Journal of Management, 4199-4204.*
- T. H. Engler, P. W. (2015). Understanding online product ratings: a customer satisfaction model. *J. Retail. Consum. Serv., vol. 27, 113-120.*
- Tantrabundit, P. (2018). Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector. *Journal of Business Diversity 18(4), 84-100.*
- Teguh, A. S. (2023). Pengaruh Online Customer Rating, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Maxim Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Maxim Di Bandar Lampung). *Diss. UIN Raden Intan Lampung.*
- Tumpuan, A. (2020). Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE, 3(1), 26-30.*
- William, O. A. (2016). Assessment of customer expectation and perception of service quality delivery in Ghana Commercial. *Bank. Journal of Humanity, 81-91.*
- Zahra, F. A., & Indriani, F. (2022). Pengaruh Online Customer Review And Rating, Perceived Quality, Dan Price Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada E-Commerce Sociolla).

A. Website

- Rainer, P. (2024, Februari 12). *Indonesia Juara Satu Penjualan Online Food Delivery Tingkat Asia Tenggara.* Diambil kembali dari Goodstats:

<https://goodstats.id/article/indonesia-juara-satu-penjualan-online-food-delivery-tingkat-asia-tenggara-JOc9Y>

Yudizwara, M. (2023, 11 15). *Promo Grab Food Hingga Desember 2023: Hemat Diskon Hingga 40%!* Diambil kembali dari everpro: <https://www.everpro.id/blog/kode-promo-grab-food-hari-ini/>

