

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi-1). Rajawali Pers.
- Alfeel, E. (2019). The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Intention: Consumer Survey in Saudi Arabia. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 56, 13–22. <https://doi.org/10.7176/jmcr/56-03>
- Aulia, D. D. (2020). *Belajar Strategi Pemasaran Bareng Grab Lewat Program #TerusUsahaBelajar*.
<https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/09/11/belajar-strategi-pemasaran-bareng-grab-lewat-program-terususaha>
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
<https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2495>
- Brotojoyo, E., Purwantini, V. T., & Instrument, H. A. (2020). *Analysis of Advertising , Sales Promotion , and Public Relation on Coffe Purchasing decisions in The Sragen Coffe Garage During the Covid-19 Pandemic*. 2(5), 17–24.
- Burhan, F. A. (2021). *GrabFood Siapkan Tiga Strategi untuk Perkuat Bisnis Antar Makanan*.
<https://katadata.co.id/yuliawati/digital/603f76908cbdb/grabfood-siapkan-tiga-strategi-untuk-perkuat-bisnis-antar-makanan>
- Cahya. (2019). *Kisah Perjalanan Grab dari Lahir Hingga Jadi Decacorn*.
<https://www.liputan6.com/teknoread/3912922/kisah-perjalanan-grab-dari-lahir-hingga-jadi-decicorn>
- Chaffey, D. (2015). E-Business and E-Commerce Management. In *Pearson Educated Limited* (Ke-6). Pearson Educated Limited.
<https://doi.org/10.4018/978-1-60566-420-0.ch010>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Sixth Edition Digital Marketing. In *Pearson Education Limited* (ke-6, Vol. 53, Issue 9). Pearson Educated Limited. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). Digital Marketing Excellence Palnning, Optimizing and Integrating Online. In *Routledge* (ke-5). Routledge.
- Christy, F. E. (2021, February 23). *Jumlah UMKM di Indonesia*.
<https://data.tempo.co/read/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>

- Darmawan, S. A., & Abdurrahman, M. S. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Lion Air Di Kalangan Mahasiswa Bandung Raya (Studi Kuantitatif Deskriptif Kecelakaan Pesawat Lion Air JT-610). *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1787–1804.
- Diamond, S. (2019). *Digital Marketing All-In-One For Dummies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Dr. Subramaniam Seshan, U. B. (2019). To study the impact of digital marketing on purchase decision of youth in Nagpur City. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 5(3), 105–112.
- Eka, R. (2020). *Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Tahun 2020*. <https://dailysocial.id/post/perkembangan-ekonomi-digital-indonesia-tahun-2020>
- Elena, M. (2020). *Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia dan Vietnam Terbesar di Asia Tenggara*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210316/9/1368355/pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-dan-vietnam-terbesar-di-asia-tenggara>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (edisi-5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0 edisi kedua* (edisi-2). Universitas Diponegoro.
- Grab. (2021). *Gaet Influencer Tingkatkan Penjualan*. <https://help.grab.com/merchant/id-id/900002384926>
- Hadya Jaya, D. (2021). *Grab Kuasai Pasar Layanan Pesan-Antar Asia Tenggara pada 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/21/grab-kuasai-pasar-layanan-pesan-antar-asia-tenggara-pada-2020#>
- Hidayat, F. (2019, October). *Teknologi Berperan Mempermudah Manusia di Era Society 5.0*. <https://www.beritasatu.com/nasional/578861-teknologi-berperan-mempermudah-manusia-di-era-society-50>
- Hidayatullah, M. Y. (2017). Efektivitas Kegiatan Public Relations Online Melalui Website Sebagai Pendukung Strategi Pemasaran Di Hotel Bayu Hill Takengon. *Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2, 1–7. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP

Kelvin Bayu Aji, 2021

ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRABFOOD DI KECAMATAN KEBON JERUK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana
[www.upnvj.ac.id - www.library.ac.id - www.repositry.upnvj.ac.id]

- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Jatmiko, L. D. (2020). *Strategi Tokopedia & Bukalapak Manfaatkan Lonjakan Pengguna Internet*.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20201113/84/1317270/strategi-tokopedia-bukalapak-manfaatkan-lonjakan-pengguna-internet#>
- Jatmiko, L. D. (2021). *Grab Kuasai Pasar Layanan Pesan-Antar Makanan Kalahkan Gojek*.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2017). Global Marketing. In *Pearson Educated Limited* (Ke-9). Pearson Educated Limited.
<http://www.pearsonglobaleditions.com/>
- Kementrian Koperasi dan UKM. (2021). *Data UMKM*. <http://umkm.depkop.go.id/>
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021 : Indonesia*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy. An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Global Edition. In *Pearson Education Limited* (ke-17).
- KOTLER, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler Philip, & Keller K. (2016). Marketing Management 15th Global Edition. In *England: Pearson Educationn Limited* (edisi-15). Pearson Education Inc.
<https://app.luminpdf.com/viewer/99cAGZGug6i5d4dsL>
- Laluyan, G. I. (2019). *Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD . id Jakarta*. 7(3).
- Mewoh, F. M. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. 9(1), 35–42.
- Mileva, L., & Dh, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.

Kelvin Bayu Aji, 2021

ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRABFOOD DI KECAMATAN KEBON JERUK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana
[www.upnvj.ac.id - www.library.ac.id - www.repositry.upnvj.ac.id]

- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. PT. Grasindo.
- Nurchayyo, A. (2018). Peran Digital Marketing dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Berlangganan Indihome. *Relevance : Journal of Management and Business*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.22515/relevance.v1i1.1270>
- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n7p120>
- Prakarsa, K. D. (2017). Personal Selling , Sales Promotion dan Public Relation terhadap Keputusan Pembelian di Sodakocha. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 677–683.
- Prakoso, J. P. (2021). *Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi 2021 Direvisi, Wamenkeu: 4,5 Persen hingga 5,3 Persen*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210208/9/1353625/proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-2021-direvisi-wamenkeu-45-persen-hingga-53-persen>
- Puti, B. R. T. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana.
- Ramadhan, F., & Mutiarsih, H. (2018). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada E-Commerce Shopee*. 5(3), 3138–3144.
- Redaksi WE Online. (2021). *Intip Strategi Grab Bertahan dan Tetap Relevan di Tengah Pandemi*. Warta Ekonomi. <https://www.wartaekonomi.co.id/read329679/initip-strategi-grab-bertahan-dan-tetap-relevan-di-tengah-pandemi?page=all>
- Refiani, A. S., & Mustikasari, A. (2021). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*, 6(3), 2753–2758.
- Riyanto, A. D. (2021a). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019*. [https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/#:~:text=Pengguna Internet%3A 150 juta \(naik,sekitar 10 dari tahun 2018\)](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/#:~:text=Pengguna%20Internet%3A%20150%20juta%20(naik,sekitar%2010%20dari%20tahun%202018))
- Riyanto, A. D. (2021b). *Indonesian Digital Report*. [https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#:~:text=Indonesia menurut Hootsuite-,Gambar dibawah ini menjelaskan data tren internet dan media sosial,penduduk\)%3A 272%2C1 juta&text=Pengguna Internet%3A 175%2C4 juta,Media Sosial](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#:~:text=Indonesia%20menurut%20Hootsuite%2C%20gambar%20dibawah%20ini%20menjelaskan%20data%20tren%20internet%20dan%20media%20sosial%2C%20penduduk%2072%20juta%20dan%20175%20juta%20media%20sosial)
- Syahrums, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif by Drs. Syahrums*,

Kelvin Bayu Aji, 2021

ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRABFOOD DI KECAMATAN KEBON JERUK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana
[www.upnvj.ac.id - www.library.ac.id - www.repositry.upnvj.ac.id]

M.Pd (R. Ananda (ed.)). Citapustaka Media.

Velayudham, A., & Rose, S. (2019). *Impact of Search Engine Marketing Towards Customer Purchase Behavior. IV(Xii)*, 174–176.

Yekti Asmoro, K. (2018). Pengaruh Iklan dan Public Relation terhadap Citra Institusi dan Keputusan Mahasiswa Memilih Kampus STIKI Malang sebagai Tempat Studi. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(1), 75.
<https://doi.org/10.32815/jitika.v12i1.230>

Kelvin Bayu Aji, 2021

ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRABFOOD DI KECAMATAN KEBON JERUK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana
[www.upnvj.ac.id - www.library.ac.id - www.repositry.upnvj.ac.id]