

DAFTAR PUSTAKA

- Abratt, R., & Bendixen, M. (2019). *Strategic Marketing: Concepts And Cases*. Routledge.
- Albalushi, T. H. (2021). *E-Services Quality: A Perspective of Service Providers and Service Users*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.97077>
- Arfan, M. (2021). *Perubahan Perilaku Masyarakat Terhadap Penggunaan Jasa Pesan-Antar Makanan*. Yoursay. Diakses 28 September 2022, dari <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/08/083512/perubahan-perilaku-masyarakat-terhadap-penggunaan-jasa-pesan-antar-makanan>
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Marketing: an Introduction* (Fourth). Pearson.
- Burhan, F. A. (2022). *Riset: Layanan Pesan-antar Makanan Kian Diminati, GoFood Rajai Pasar*. KataData. Diakses 28 September 2022, dari <https://katadata.co.id/ameidyonasution/digital/62ab24bd2d4a5/riset-layanan-pesan-antar-makanan-kian-diminati-gofood-rajai-pasar>
- Chaffey, D. (2022). *E-Marketing Mix or Digital Marketing Mix*. Dr Dave Chaffey : Digital Insights. Diakses 28 September 2022, dari <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/e-marketing-mix/>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Cholilawati, & Suliyanthini Dewi. (2020). *Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. Equilibrium : Jurnal Pendidikan, IX(1)*.

- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Duryadi, D. (2021). *Buku Ajar Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (J. T. Santoso, Ed.). Yayasan Primaagus Teknik.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2017). *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh* (A. Maulana, Ed.; 10th Edition). Erlangga.
- Ferdian, M. R. R. (2020). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Warung Singgahan Pare Kediri*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, H., & Ryu, K. (2012). The Theory of Repurchase Decision-Making (TRD): Identifying The Critical Factors in The Post-Purchase Decision-Making Process. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 786–797. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.015>
- Hardani, H., Ustiawaty, J., Andriani, H., Istiqomah, R. R., Sukmana, D. J., Fardani, R., Auliya, N. H., & Utami, E. F. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy* (Fourteenth Edition). McGraw-Hill Education.
- Herison, R., Fachmi, M., & Ismail, I. K. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Jasa Grab Food di Kota Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 1(2), 24–31. <https://doi.org/10.37531/amar.v1i2.131>

- Ika Pratiwi, A. A. (2021). 'Startup': Bisnis Kuliner Rintisan di Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Emik* (Vol. 4, Issue 1).
- Ilat, L. v, Murni, S., & Parengkuan, T. (2018). Analisis Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada UKM D'Cendol 77 di EIC UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21029>
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Principles and Practice of Marketing* (Ninth Edition). McGraw-Hill Education.
- Junita, J., Lestari, D. S., & Mulyani, H. T. S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Rumah Makan Padang Pagi Sore Cabang Jalan Pulau Pelepas Kompleks Perkantoran Gubernur). *Progresif Manajemen Bisnis STIE-IBEK*, 7.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*, 8(3). <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>
- Khomilah, M. (2020). *Pengaruh Promosi, Atribut Toko (Store Attributes), dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Nick Coffe di Kota Bengkulu* [Univeritas Muhammadiyah Bengkulu]. <https://doi.org/10.31219/osf.io/vjqpm>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Harris, L. C. (2020). *Principles of Marketing* (8th Edition). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., & Sheth, J. N. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson India Education Services.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG: Principles of Marketing (Thirteenth Edition)* (13th Edition). Cengage.

- Laura Hardilawati, W. (2020). The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic. In *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* (Vol. 10, Issue 1).
- Nur, N. A., & Suaesih, A. (2021). *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik (SoBAT) ke-3 Bandung*.
- Putri, T. V., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Makanan Kekinian Mahasiswa Urban Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4). <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1417-1428>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Saputra, R., & Putri, K. A. S. P. (2022). Peran Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk Susu Bear Brand di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Sari, D. A., & Bara, A. S. M. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kripik Seblak Bantet Di Desa Bumiharjo. *Manajemen Bisnis Syariah*, 1.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Twelfth Edition). Pearson.
- Senduk, I. F. A., Tulung, J. E., & Arie, F. V. (2021). The Effect of Brand Image, Price Perception, and Promotion on Purchase Decision at Pizza Hut in Manado. *EMBA*, 9(4).
- Setiawan, S. (2020). *Analisa Partial Model Persamaan Struktural dengan SMART PLS 3*. PPNI Qatar.
- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang). *Jamswap Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(4).

- Smith, A. (2020). *Consumer Behaviour and Analytics*. Routledge.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (Thirteenth Edition). Pearson.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Supardin, L., She Melly Anne Dharasta, Y., & AWAN, A. (2022). The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchase Decision at Mie Gacoan. *Penanomics: International Journal of Economics*.
- Syahrir, S., Danial, D., Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. PT Penerbit IPB Press.
- Syahza, A. (2021). *Buku Metodologi Penelitian, Edisi Revisi Tahun 2021*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 4). Andi Offset.
- Viani, G. A. I., Mitriani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk KFC di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi COVID 19. *Jurnal EMAS*, 3(3).
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan GoFood di Kota Solo. *Excellent*, 8(1). <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.888>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy, 9th Edition* (9th Edition). World Scientific Publishing Company.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. H. (2018). *Essentials of Services Marketing* (3rd Edition). Pearson.
- Wulandari, A. (2022). Implementasi Aplikasi Pesan Antar Makanan Go-Food dalam Meningkatkan Penjualan dalam Rumah Makan di Mayestik. In *Asian*

Journal of Accounting and Information Management (AJAIM) (Vol. 1, Issue 1).

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (Seventh Edition). McGraw-Hill Education.