

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. 2022. "Tokopedia Masih Ungguli Shopee Sampai Kuartal II 2022." *Katadata.coi.id*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/tokopedia-masih-ungguli-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>.
- Anindya, Widya Dara. 2022. "Strategi Menulis Teks Promosi (Copywriting) Di Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Onlineshop." *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi* 5(2): 148–55.
- Aryani, Indita Dewi, and Dita Murtiariyati. 2022. "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project." *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia* 2(2): 466–77.
- AULI, SHOFFI'UL. 2021. "PENGARUH DISKON DAN PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE." [file:///C:/Users/user/Downloads/Documents/S1\\_FEB\\_MANAJEMEN\\_21701081069\\_SHOFFI'UL\\_AULI.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Documents/S1_FEB_MANAJEMEN_21701081069_SHOFFI'UL_AULI.pdf).
- Bimantara, Pandu. 2017. "Proses Komunikasi Pemasaran Personal Selling." *Jike* 1(1): 16–27.
- Boediman, Eko Putra, and Armaini Lubis. 2016. "Prinsip-Pinsip Islam Dalam Aktifitas Komunikasi Pemasaran Di Agen Perjalanan." *Avant Garde* 4(1).
- Cahya, Indra. 2021. "Ini Aplikasi Pesan Antar Makanan Yang Lebih Banyak Digunakan Orang Indonesia." *Merdeka.com*.
- Ervianah, Ermya. 2021. "STRATEGI MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (ANALISIS DIGITAL SOCIAL MEDIA MARKETING)." (1211800343): 6. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7385>.
- Fakhrudin, Arif, Kifni Yudianto, and You She Melly A.D. 2021. "Word of Mouth Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah." *Forum Ekonomi* 23(4): 648–57.
- Fauziah Suryadi, Dyan, and Muh Indra Fauzi Ilyas. 2018. "Adopsi Online Food Delivery Service Bagi Wirausaha Pemula Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Bananas)." *Prosiding Seminar Hasil Penelitian (SNP2M)* 2018: 75–80.
- Firmansyah, Muhammad Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. ed. Tim Qiara

- Media. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ginting, M. 2019. *Perilaku Konsumen*.
- Hootsuite. 2021. "Digital 2021: Indonesia." *We Are Social & Hootsuite*.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia?rq=Indonesia>  
 (October 4, 2021).
- Hutagalung, Maasyithah. 2018. "PENGARUH BENTUK PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BAGI PENGGUNA MEMBER BIRU INDOGROSIR DI JAKARTA." *ESENSI* 21(1): 1–13.  
<https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.nantod.2015.04.009>  
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514-9>  
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-1>  
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2>  
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2>
- Karunia, Mita. 2017. "Aisas Model Dalam Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus GO-JEK." *Digilib.Uin-Suka.Ac.Id*: 114. [http://digilib.uin-suka.ac.id/28530/1/13730002\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/28530/1/13730002_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf).
- Katadata. 2023. "Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Dunia." *databoks.katadata.co.id*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> (October 4, 2021).
- Keller, Philip Kotler & Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. Person Education.
- Keller, Philip Kotler and Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. 15th Editi. Pearson Education.
- Kontan.co.id. 2021. "Belanja Digital Generasi Z Meningkatkan Di Kala Pandemi, Apa Saja Yang Dibelanjakan?" *industri.kontan.co.id/*.  
<https://industri.kontan.co.id/news/belanja-digital-generasi-z-meningkat-di-kala-pandemi-apa-saja-yang-dibelanjakan> (October 11, 2021).
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Ketiga Bel.
- Lamb, C W, J F Hair, and C McDaniel. 2017. *MKTG*. Cengage Learning.

- <https://books.google.co.id/books?id=PlrvDQAAQBAJ>.
- Landsverk, K H. 2014. *The Instagram Handbook: 2014 Edition*. PrimeHead Limited. <https://books.google.co.id/books?id=op7IAwAAQBAJ>.
- Lau, Teck-chai, and David Ng. 2019. "Online Food Delivery Services : Making Food Delivery the New Normal." *Journal of Marketing Advances and Practices* 1(1): 17.
- Liliasih, Anggun. 2021. "Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Penggunaan Layanan Online Food Delivery Pada Masa Covid-19."
- Lokadata. 2021. "Layanan Pesan Antar Makanan Meningkat, Olahan Ayam Terlaris." *Lokadata*. <https://lokadata.id/artikel/layanan-pesan-antar-makanan-meningkat-olahan-ayam-terlaris> (October 11, 2021).
- Machfoedz, Mahmud. 2019. *Komunikasi Pemasaran Modern*. ed. Sambilegi Editorial Agency. Yogyakarta: Cakar Ilmu.
- Masjono, Ali, Irwan Kurniawan, Politeknik Negeri Jakarta, and Physical Evidence. 2020. "Peranan Platform Food Delivery Service Dalam Mendukung Marketing Mix UKM Di Masa New Normal ( The Role of the Food Delivery Service Platform in Supporting the SME ' s Marketing Mix in the New Normal Period )." 22(02): 121–30.
- Nasution, Asrizal Efendy, Linzzy Pratami Putri, and Muhammad Taufik Lesmana. 2019. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1(1): 194–99. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>.
- Nugroho, Thallita Affifah, and Farah Citra Azzahra. 2022. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 5(1): 136–49.
- Nurul Az-zahra, Handira, Vadilla Aries Tanyta, and Nurliana Cipta Apsari. 2021. "Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro." *Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)* 2(2): 156–65.
- Oscar, Bheben, and Hilman Cahya Megantara. 2020. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army." *Jurnal Bisnis dan*

*Pemasaran* 10(1): 5.

- Panuju, Redi. 2019. *Prenada Media Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Dan Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*.  
[www.prenadamedia.com](http://www.prenadamedia.com).
- Prapti NSS, Rr. Lulus, and Rahoyo Rahoyo. 2019. "Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 20(2): 120.
- Praptiningsih, Novi Andayani. 2019. "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Pelajar the Effect of Word of Mouth on Student Interest." *Jurnal Perspektif Komunikasi Vol. 3 No. 1 Juni 2019* 3(1): 23–29.
- Pratama, Yogi. 2018. *Social and Economy Pengaruh Layanan Food Delivery Terhadap Peningkatan Penjualan Pengusaha Kuliner (Studi Pada Pengusaha Kuliner Yang Terdaftar Di Go-Food/Go-Jek Jambi)*.  
<http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/558>.
- Priyandhini, Besty, and Laxmita Faradisa Mursyid. 2021. "PERAN DIGITAL MEDIA PLANNER DALAM MENANGANI BRAND." *Jurnal Sosial Terapan Humaniora* 4(1).
- Priyono, M S. 2020. *Analisis Regresi Dan Korelasi Untuk Penelitian Survei (Panduan Praktis Olah Data Dan Interpretasi*. GUEPEDIA.  
<https://books.google.co.id/books?id=aOJKEAAAQBAJ>.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Kedua. Alfabeta CV.
- Puspita, Marcella, and Adriana Aprilia. 2020. "Faktor-Faktor Pendorong Konsumen Surabaya Membeli Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Gofood Dan Grabfood." *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6(2): 88–98.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)." *Jurnal Common* 3(1): 71–80.  
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>.
- Rachmat Kriyantono, S.S.M.S. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.  
<https://books.google.co.id/books?id=gI9ADwAAQBAJ>.
- Rahmawati, Dewi. 2016. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi

Pemasaran.” *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran* 1: 6.

- Reppi, Lavenia V Y, Silcyljeova Moniharapon, and Sjendry Loindong. 2021. “Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood ( Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19 ).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9(3): 1482–90.
- Retnawati, Heri. 2016. *Analisis Kuantitatif Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Ristiana, Utin. 2020. “Pengaruh Promosi Gofood Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*: 12–26.
- Rizaty., Monavia Ayu. 2023. “Kunjungan Ke E-Commerce Di Indonesia Merosot Pada Februari 2023.” *dataindonesia.id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/kunjungan-ke-ecommerce-di-indonesia-merosot-pada-februari-2023> (July 7, 2023).
- Rizaty, Monavia Ayu. 2023. “Pengguna Instagram Di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023.” *dataindonesia.id*.
- SAFIRA, MARIYAM. 2022. “Pengaruh Desain Unggahan Instagram @Hip.Pu.Su.Ta Sebagai media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.”
- Setiadi, Dr. Nugroho J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=DZLYDwAAQBAJ>.
- Setiawan, Teguh Febrianto, Budi Suharjo, and Muhammad Syamsun. 2018. “Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus Di Kecamatan Cibinong).” *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah* 13(2): 116.
- Setyowati, Desy. 2019. “Instagram Klaim 70% Pengguna Akun Bisnisnya Serap Tenaga Kerja.” *Katadata.coi.id*.
- . 2023. “Transaksi Turun, Shopee Kurangi Promosi ShopeeFood Tahun Lalu.” *Katadata.coi.id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63c8e7b37cae9/transaksi-turun->

- shopee-kurangi-promosi-shopeefood-tahun-lalu.
- Shafinazh, Namira. 2020. "Pengaruh Promo Shopee ' Tanggal-Tanggal Istimewa' Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara." : i-100.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Public, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainny*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siyoto, Dr. Sandu, and M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. ed. Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Social, We Are. 2023. "DIGITAL 2023: INDONESIA." *We Are Social*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=indonesia>  
2022<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=indonesia>  
2022 (June 7, 2023).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tania, A S R et al. 2020. *Media Sosial, Identitas, Transformasi, Dan Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group). <https://books.google.co.id/books?id=q4HsDwAAQBAJ>.
- Tasnim, Andriasan Sudarso, Martono Anggusti, Risma Nurhaini Munthe, Yuliyanto Budi Setiawan Rahman Tanjung, Nina Mistriani, Liharman Saragih Sudung Simatupang, Ovi Hamidah Sari, and Idah Kusuma Dewi Bonaraja Purba, Maya Sari. 2021. 1 *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*.
- Transonlinewatch.com. 2022. "Promo Berkurang, Konsumen: Ongkos Kirim Di ShopeeFood Lebih Mahal Dari Pada Kompetitor." *transonlinewatch.com*.
- Wardhono, V J, A H P Anggawidjaja, and I Prasetya. 2015. "Jenis Promosi Penjualan Manakah Yang Paling Mempengaruhi Sikap Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Barang?" <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/3358>.
- Yoebrianti, Anggit. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli

Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial).” *Jurnal Manajemen* 8(1): 20–41.

Zahra, Nathasya Felia, and Dian Ari Nugroho. 2020. “Pengaruh Brand Image , Online Review , Dan Perceived Trust Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Di.” *Manajemen Universitas Brawijaya* 1(2): 1–10.