

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, K. B. (2021). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood Di Kecamatan Kebon Jeruk. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.32924/jscd.v3i2.44>
- Akbar, W., Tarantang, J., & Mirnawati, E. (2021). Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 96–105.
- Ananto, N., Walean, R. H., & Lumingkewas, C. F. (2022). *Konsep dan Terapan Analisis SEM – PLS dengan SmartPLS3.0 Dilengkapi dengan Contoh Terapan*. CV. Mitra Cendekia Media.
- Andari, A. T., Aalin, E. R., & Putranti, E. (2020). Implementasi Aplikasi OVO Melalui Grab Untuk Meningkatkan Pendapatan (Studi Pada Merchant Di Kota Kediri). *Seminar Nasional Gabungan Bidang Sosial - Polinema 2020*, 203–212.
- Annur, C. M. (2022). *Ini Super App Terbaik di Asia Tenggara Versi Ipsos*. April, 2022.
- Azis, N., Widarko, A., & Rizal, M. (2022). Pengaruh Produk, Metode Pembayaran, Kualitas Layanan Dan Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Azizah, L. N. (n.d.). *Mengenal Siapa Pendiri Grab dan Perkembangannya*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-grab/>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik E-Commerce 2021*. Badan Pusat Statistik.
- Chaniago, S., Ginting Br, B., Nabella Diana, S., Mahyudin, & Novirsari, E. (2022). *Keputusan Pembelian Ovo Ditinjau dari Kemudahan, Price Discount dan Kepuasan*. CV. Global Aksara Pers.
- Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *Universitas Gunadarma*, 1(5 maret), 481–486.

- Databoks. (2021). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. *KataData*, April, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- DataReportal. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 77. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.393>
- Dwi Ekasari Harmadji, S. S., Effendi, N. I., Mardianto, D., Pratama, Y., Delila Fitri Harahab, Muhammad Umar A, Ristianawati Dwi Utami, Retno Dewi Priskusanti, I. G., Tarigan, B. A., Meigawati, I., Kusumajaya, R. A., & Putra, T. A. E. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Get Press.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Univeristas Diponegoro Semarang.
- Gio, P. U. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Dengan Software SmartPLS*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Groover, M. P. (2010). *Fundamentals of Manufacturing: Materials, Processes, and Systems* (4th ed.). Wiley.
- Hamdan, D., & Sontani, A. (2018). *Coffee: Karena Selera Tidak Dapat Diperdebatkan*. AgroMedia.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia. <https://doi.org/10.4324/9780203127698-17>
- Hanifah, R. D. (2021). Pengaruh Kupon Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Promo Kupon Cicip Melalui Pembelian Delivery Via Grabfood Di Porkhub, Palmerah). *Hospitality Dan Pariwisata*, 7(2), 110–119.

- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 181–190.
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2002). *E-Commerce : Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS*. Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Indonesia, B. (2022). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. Bank Indonsia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press*. Unitomo Press.
- International Coffee Organization. (2022). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>
- Kapriani. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *Journal of Management & Business*, 5(2), 395–403.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (1997). Marketing Management, 15th Edition. *Pearson Education Limited*, 1, 942.
- Kusuma, A. B., & Ir. Dodie Tricahyono, M.M., P. . (2020). Analisis Customer Journey Mapping Untuk Meningkatkan Customer Experience Pada Aplikasi Dompot Digital OVO Customer Journey Mapping Analysis To Improve Customer Experience In Digital Wallet Application OVO. *E-Proceeding of Management*, 20(2), 88–95.
- Ma'ruf Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>

- McKinsey&Company. (2018). The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia's Economic Development. *McKinsey & Company, August*, 1–72. www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/the-digital-archipelago-how-online-
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan 1). Insan Cendikia Mandiri.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nadhilah, P., Jatikusumo, R. I., & Permana, E. (2021). Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 128. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Nurmuchtar, H. (2019). Pengaruh Keamanan, Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab Bike (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Umsu). *Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 1–66.
- Nurvitasari, Eggie, Dwijayanti, & Renny. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1472–1481.
- Oktari*, R., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). The Effect of Promotion Mix on Consumer Decisions using Grab-Food in Palembang. *International Journal of Management and Humanities*, 4(5), 52–59. <https://doi.org/10.35940/ijmh.e0511.014520>
- Pratama Yudha, S. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09), 77–90.
- Prawirosentono, S. (2005). *Pengantar Bisnis Modern* (Cetakan 1). Bumi Aksara.
- Purwanto, E. A., & Dyah Ratih Sulistyastuti. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

- Putri, E., Nur, H., & Ety, S. (2018). Pengaruh User Experience, Discount dan Kemudahan Akses terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Grabfood (Studi pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *Asian Social*, 2018, 101–113.
- Rahardjo, P. (2012). *Kopi : Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta* (1st ed.). Penebar Swadaya.
- Rahim, W., Hariyadi, B., F, Y. A., Ganefri, & Yulastri, A. (2022). *Kewirausahaan Digital*. CV. Muharikah Rumah Ilmiah.
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi COVID-19). *1482 Jurnal EMBA*, 9(3), 1482–1490.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Perdana, A. H., Kusuma, Effendy, F., & Oris Krianto Sulaiman, J. S. (2019). *E-Commerce : Implementasi, Strategi & Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rusdiana. (2021). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan*. TRESNA BHAKTI Press Bandung.
- Sahir, S. H., Mardia, Mistriani, N., Sari, O. H., Dewi, I. K., Purba, B., Sudarso, A., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Munthe, R. N., Gandasari, D., & Murdana, I. M. (2021). *Dasar - Dasar Pemasaran* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV.Sah Media.
- Setyawan, S., S, S. N., & Prativi, A. (2021). *The Effect of Promo Price and Product Variation on Purchasing Decision at Grabfood, OVO Payment as an Intervening Variables*. 2021. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1026>
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26.

<https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>

- Snapcart. (2021). *GrabFood the most-used food delivery platform amongst consumers and merchants in Indonesia: Study*. <https://snapcart.global/article-grabfood-the-most-used-food-delivery-platform-amongst-consumers-and-merchants-in-indonesia-study/>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV.Putaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sujana, A. S. (2012). *Manajemen Minimarket: Panduan Mendirikan dan Mengelola Ritel Modern Mandiri*. Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (Eds.). (2018). *Strategi Pemasaran dalam Prespektif Perilaku Konsumen* (Cetakan 1). PT. Penerbit IPB Press.
- Ulfami, P. dan S. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop giyomi melalui shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702–708.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*. Literasi Nusantara Perum.
- Wartaekonomi.co.id. (2022). Apa Itu Super-app? *Republika.Co.Id*. <https://www.republika.co.id/berita/r8erpd4617000/apa-itu-superapp>
- Widiyanti, D., & Harti, H. (2021). Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 50–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.1.50-60>
- Widodo, J., Budiman, A., & Hayat, F. (2020). *Membangun Negeri Melalui Startup (10 Kisah Startup di Indonesia)*. Guepedia.
- Yuwono, H., & Yuwana, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Pearson/Prentice Hall.