

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Adelia, J. dan K. W. P. (2019). Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Corporate Image, Customer Satisfaction Pada Behavioral Intention. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Akreditasi Sinta3 SK No.23/E/KPT/2019*, 21 (1a-2).
<https://doi.org/Akreditasi Sinta3 SK No.23/E/KPT/2019>
- Ana Francisca Flores, D. (2020). The Effect of Customer Satisfaction Mediation for the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Timor-Leste Journal of Business and Management*, 2(1).
- Anton Athoillah. (2010). *Dasar-dasar Manajemen*. CV. Pustaka Setia.
- Bambang D. Prasetyo. (2010). *Public Service Communication (Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan)*. UMM Press.
- Bunga Asri Yulianti & Irma Satya. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY, DAN CUSTOMER SATISFACTION MELALUI PERCEIVED VALUE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA PELANGGAN GOFOOD DI WILAYAH DKI JAKARTA. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19 (4), 314–326.
- Chang, S.-C., Chou, P.-Y. and Lo, W.-C. (2014). Evaluation of satisfaction and repurchase intention in online food group-buying, using Taiwan as an example. *British Food Journal*, 116 (1), 44–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2012-0058>
- David. (2018). Pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada transportasi online GRAB. *AGORA*, 6(2).
- Departemen Pendidikan Nasional Indonesia. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa.
- Desy Setyowati. (2021). *Momentum Works: Transaksi GrabFood Rp 83 T, GoFood Rp 28 T pada 2020*.
<https://katadata.co.id/Desysetyowati/digital/5ffe62507237e/Momentum-Works-Transaksi-Grabfood-Rp-83-t-Gofood-Rp-28-t-Pada-2020>.
- Dewi Rinjani. (2019). *Kualitas, Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati : Strategi Pemasaran untuk Menghadapi Persaingan yang Dinamis*. Mitra Wacana Media.
- Dwi Suhartanto, Mohd Helmi Ali, Kim Hua Tan, F. S. &, & Kusdibyo, L. (2019). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality.

Journal of Foodservice Business Research, 22 (1), 81–97.

<https://doi.org/https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080/15378020.2018.1546076>

Elizabeth Felicia Kunadi, D. S. S. W. (2021). Pengaruh E-service quality dan food quality terhadap Customer loyalty pengguna Gofood Indonesia yang dimediasi oleh perceived value dan customer satisfaction. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JM BI UNSRAT)*, 8 (1), 141–162.

Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah. (2005). *Pengantar Manajemen Cet. Ke 5*. Kencana.

Evita Rahayu. (2018). *Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Toko Online Shopee)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Ferrell, O.C., G. A. H. dan L. F. (2019). *Business Foundations: A Changing World, 12th*. McGraw-Hill Education.

Ghozali. dan Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Graha, Im. S. & M. W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hardy's Negara. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5 (2).

Griffin R. W. (2015). *Management Jilid 1*. Erlangga.

Halidi, R. (2020). *Ahli Virus Sebut Covid-19 adalah Virus Umum*. <https://www.suara.com/health/202>.

Hariyanto, K. (2017). ANALISA PENGARUH SERVICE QUALITY, FOOD QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY KONSUMEN RESTAURANT BONCAFE MANYAR KERTOARJO SURABAYA DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABLE INTERVENING. *Jurnal Strategi Pemasaran*.

Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis (3rd ed)*. New York: Macmillan.

Hendra Winarjo &, & Japarianto, E. (2017). *Pengaruh Food Quality dan Atmosphere terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Café Intro di Surabaya*. 2006, 1–6.

- Hoffman, K. D. dan J. E. G. B. (2019). *Services Marketing: Concepts, Strategies & Cases, 5th*. Cengage Learning.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Edisi IV*. Alfabeta.
- I. Sunaryo. (2019). EFFECTS OF FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, ENVIRONMENT, AND LOCATION TOWARDS CUSTOMER LOYALTY OF INDONESIA'S LOCAL FAST FOOD INDUSTRY. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 14 (3), 119–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jati.14.3.119-128>
- Inklusi Financial. (2022). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022 Capai 73,7 Persen dari Populasi*. <https://www.receh.in/2022/02/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia.html>.
- Jimmy S. dan Sugiono S. (2013). Analisis Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*, 1 (2), 1–10.
- Jogiyanto. (2015). *Analisis Dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan terstruktur dan praktik aplikasi bisnis*. Andi.
- John W., C. (2008). *Education Research, Planing , Conducting, and Evaluating Qualitative & Quantitative Approaches*. Sage Publication.
- Kotler & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Erlangga.
- Liberty Jemadu & Dicky Prastya. (2022). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 204,7 Juta di Tahun 2022*. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/21/163932/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-2047-juta-di-tahun-2022?page=2>.
- Malayu P Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia E disisi Revisi*. Bumi Aksara.
- March Hot Asi Sitanggang. (2018). Memahami mekanisme crowdfunding dan motivasi berpartisipasi dalam platform Kitabisa.com. *Interaksi Online*, 6 (3).
- Oscar, Y., & K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20–28.
- Prayogo, W. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value Terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan Konsumen pada Pengguna T-Cash Branch Purwokerto*. Universitas Negeri Semarang.
- Purnama, N. (2016). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Penerbit Ekonisia.

- Rohwiyatia & Praptiestrini. (2020). Peran Perceived Value Dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kuliner Kota Barat Solo. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4 (!).
- Sasono, I. D. (2021). The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty: Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (4).
- Schiffman, L. G. dan J. W. (2019). *Consumer Behavior, 12th Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Sebastian, A. &, & Pramono, R. (2021). PENGARUH PERCEIVED VALUE, KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA OUTLET NIKE DI JAKARTA. *FAIR VALUE : JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 4 (3).
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., & Elias, S. J. (2011). Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customer. *International Business and Management*, 2 (1), 198–208.
- Sri Pudjarti, Nurchayati, dan H. R. D. P. (2019). HUBUNGAN E-SERVICE QUALITY DAN E-LOYALTY DENGAN E-SATISFACTION PADA KONSUMEN GO-JEK DAN GRAB DI KOTA SEMARANG. *Sosiohumaniora - Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 21 (3).
- Sudiyono. (2020). *PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE DAN PRODUCT QUALITY PADA CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Lima Kedai Kopi di Yogyakarta)*.
- Sugiarto, E. C. (2019). *Ekonomi Digital : The New Face of Indonesia's Economy | Sekretariat Negara*. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia: 1. https://setneg.go.id/baca/index/ekonomi_digital_the_new_face_of_indonesias_economy.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2016). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2017). *Service, Quality dan Satisfaction. Edisi Keempat*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Utama, G. et al. (2021). *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://ekon.go.id/info-sektoral/17/87/berita-kebijakan-pemulihan-ekonomi-dan-new-normal-telah-berhasil-meningkatkan-geliat-ekonomi-pada-masa-pandemi-covid-19>.

Waskita, alif indra. (2016). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(September).

Yeo, V. C. S., Goh, S.-K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioural intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 150–162.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.013>

Yuni Astutik, C. I. (2020). *Grab Sumbang Rp 77,4 T ke Ekonomi RI, Terbesar GrabFood*.
[https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200625121506-37-167936/Grab-Sumbang-Rp-774-t-ke-ekonomi-ri-terbesar-grabfood#:~:Text=Adapun%20empat%20lini%20bisnis%20Grab,%2C6%20triliun%20\(2018\).](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200625121506-37-167936/Grab-Sumbang-Rp-774-t-ke-ekonomi-ri-terbesar-grabfood#:~:Text=Adapun%20empat%20lini%20bisnis%20Grab,%2C6%20triliun%20(2018).)

