

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Juliana Sukmana, D., Andriani, H., Fatmi Utami, E., Ustiawaty, J., Rahmatul Istiqomah, R., Fardani, R., & Hikmatul Auliya, N. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In N. H. Auliya, D. J. Sukmana, R. A. F. Fardani, & R. R. Istiqomah (Eds.), *ResearchGate*. CV. Pustaka Ilmu Group. https://www.researchgate.net/publication/340021548_Buku_Metode_Penelitian_Kualitatif_Kuantitatif
- Ali Memon, M., Ramayah, T., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Huei Cham, T. (2021). PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS: A REVIEW. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 2590–4221. [https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)06](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)06)
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146>
- APJII. (2021). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://www.apjii.or.id/>
- Arifin, S. (2011). PENGARUH KEPERCAYAAN, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL JEPARA INDAH. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 8(1). <https://doi.org/10.34001/JDEB.V8I1.101>
- Azkiya Dihni V. (2022, June 16). *Riset: GrabFood Kalah Populer Dibandingkan GoFood dan ShopeeFood*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/riset-grabfood-kalah-populer-dibandingkan-gofood-dan-shopeefood>
- Beig, F. A., & Nika, F. A. (2019). Impact of Brand Experience on Brand Equity of Online Shopping Portals: A Study of Select E-Commerce Sites in the State of Jammu and Kashmir: <https://doi.org/10.1177/0972150919836041>, 23(1), 156–175. <https://doi.org/10.1177/0972150919836041>
- Bilondatu, M. R. (2013). MOTIVASI, PERSEPSI, DAN KEPERCAYAAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR YAMAHA DI MINAHASA. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi*,

Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3).
<https://doi.org/10.35794/EMBA.1.3.2013.2139>

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *BUSINESS RESEARCH METHODS TWELFTH EDITION*.

Faridatul Hasanah, A. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Masyarakat Ponorogo Sesaat dan Sesudah Datangnya Bulan Ramadhan. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 1(2), 95–106.
<http://journal.civiliza.org/index.php/ijois/article/view/7>

Guspul, A., & Ahmad, A. (2014). KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH PADA KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH DI WONOSOBO. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 1(3), 156–170. <https://doi.org/10.32699/PPKM.V1I3.253>

Hair Jr., Joseph. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*.

Halim Harahap, M., Al Amin, R., & Agung Wibowo, E. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI TOKO ALFAMART PINTU 3 BIDA AYU SEI BEDUK. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 39–48.
<https://doi.org/10.36352/JUMKA.V1I1.148>

Hasnunidah, N. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*.

Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 11(1).

Hollyoake, M. (2009). The four pillars: Developing a “bonded” business-to-business customer experience. *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, 16(2), 132–158. <https://doi.org/10.1057/DBM.2009.14>

Irawan H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo.

Ismail, I., Haron, H., Ibrahim, D. N., & Isa, S. M. (2006). Service quality, client satisfaction and loyalty towards audit firms: Perceptions of Malaysian public

listed companies. *Managerial Auditing Journal*, 21(7), 738–756.
<https://doi.org/10.1108/02686900610680521>

Katadata. (2019a, September 19). *10 Alasan Membeli Makanan Secara Online*. Nielsen Singapore Report.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/19/10-alasan-membeli-makanan-secara-online>

Katadata. (2019b, September 26). *Pemesanan Makanan secara Online Makin Digemari*. Nielsen.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/26/pemesanan-makanan-secara-online-makin-digemari>

Katadata. (2022). *Survei: Layanan GoFood Dinilai Unggul dari GrabFood dan ShopeeFood*.
<https://databoks.katadata.co.id/index.php/datapublish/2022/06/16/survei-layanan-gofood-dinilai-unggul-dari-grabfood-dan-shopeefood>

Kock, N., & Hadaya, P. (2018). *Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods*.

Kohari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*.

Kompas. (2022). *Grab dan Gojek Tanggapi Keluhan Harga GoFood dan GrabFood yang Dinilai Makin Mahal Halaman all - Kompas.com*.
<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/27/11010067/grab-dan-gojek-tanggapi-keluhan-harga-gofood-dan-grabfood-yang-dinilai-makin?page=all>

Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, FASILITAS DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).

Lenzun J J, Massie J D D, & Adare D. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1237–1245. <https://doi.org/10.35794/EMBA.2.3.2014.5802>

Liputan6. (2021). *GoFood Vs GrabFood, Mana Yang Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia?* - *Tekno Liputan6.com*.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4493893/gofood-vs-grabfood-mana-yang-paling-banyak-digunakan-orang-indonesia>

Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21–35. <https://doi.org/10.30588/JMP.V3I1.85>

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation 6th edition*.

Markovi S, & Jankovi Sanja R. (2013). EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN CROATIAN HOTEL INDUSTRY. *Tourism and Hospitality Management*, 19(2), 149–164.

Maymanah, S. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA TOKO AL AZQIA. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 857–866. <https://doi.org/10.54443/SIBATIK.V1I6.101>

Nadeak, B., Parulian, A., Pristiwanto, & Ramadan Siregar, S. (2016). PERANCANGAN APLIKASI PEMBELAJARAN INTERNET DENGAN MENGGUNAKAN METODE COMPUTER BASED INSTRUCTION. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 3(4), 54–57. <http://ejournal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/340>

Novirina Sulistyari, I. (2012). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Nurhayati R. (2011). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*.

Pasharibu, Y., Paramita, L., & Febrianto, S. (2018). Price, service quality and trust on online transportation towards customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(Oktober), 240–264.

Peter, J. Paul., & Olson, J. C. (Jerry C. (2010). *Consumer behavior & marketing strategy*. McGraw-Hill Irwin.

- Pirouz, D. M. (2006). An Overview of Partial Least Squares. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/SSRN.1631359>
- Putra Mahendra, K., & Indriyani, R. (2019). PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV MITRA PERKASA UTOMO. *Agora*, 7(1).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/7800>
- Rohaeni H, & Marwa N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
<https://doi.org/10.31294/JECO.V2I2.4503>
- Sadikin, A., & Widiawati, R. (2022). Perilaku Konsumen di Tengah Pandemi COVID-19. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(3), 275–289.
<https://doi.org/10.55606/CEMERLANG.V2I3.330>
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/COVERAGE.V10I1.1232>
- Sari, N. (2012). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam. *Media Syari'ah : Wahana Kajian Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 14(2), 199–212.
<https://doi.org/10.22373/JMS.V14I2.1876>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. www.wileypluslearningspace.com
- Selang, C. A. (2013). BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 71–80. <https://doi.org/10.35794/EMBA.1.3.2013.1374>
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1).
- Setianto, R., & Dunan, H. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RON-RON PANCING DIMASA PANDEMI COVID-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya*,

Teknologi, Dan Pendidikan, 1(6), 931–940.
<https://doi.org/10.54443/SIBATIK.V116.105>

Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). ANALISIS WEBSITE QUALITY, TRUST DAN LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOP. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61.
<https://doi.org/10.9744/PEMASARAN.8.2.55-61>

Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). *PENGARUH KEPUASAN TRANSAKSI ONLINE SHOPPING DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP SERTA PERILAKU KONSUMEN PADA E-COMMERCE*.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*.

Sumolang. M. (2013). PERANAN INTERNET TERHADAP GENERASI MUDA DI DESA TOUNELET KECAMATAN LANGOWAN BARAT. *Journal*, 11(4).

Supadmi L. (2009). Meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 1-14.

Suprpto, H. A. (2016). PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN E-COMMERCE TERHADAP TINGKATPENJUALAN PADA USAHA JACK DONUT DI CURUG TANAH BARU DEPOK. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 2(4), 345–354.
<https://doi.org/10.30998/JABE.V214.1527>

Syahrul Haqi, M., & i'mati Rahmatika, A. (2020). PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA LAYANAN GRAB FOOD DI JOMBANG. *MARGIN ECO*, 4(1), 42–57.
<https://doi.org/10.32764/MARGIN.V4I1.889>

Talika, F. T. (2016). MANFAAT INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BAGI REMAJA DI DESA AIR MANGGA KECAMATAN LAIWUI KABUPATEN HALMAHERA SELATAN. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 5(1).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/10933>

Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 2579–9312.
<http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>

- Tonda, F., F, Muh. R. H., & Tyas, T. S. N. (2022). LITERATURE REVIEW DETERMINASI PERILAKU KONSUMEN: KEBUDAYAAN, SOSIAL DAN PRIBADI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2), 509–519. <https://doi.org/10.38035/JMPIS.V3I2.1114>
- Triastity, R., & Triyaningsih S.L. (2013). PENGARUH TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENES, ASSURANCE DAN EMPHATY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei Konsumen Rumah di CV Satria Graha Gedongan, Colomadu, Karanganyar). *JURNAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 13(2), 343–354. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 51(1), 44–48.
- Winata A, & Fiqri I. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HOTEL EMERSIA DI BANDAR LAMPUNG. *Isnawan Ahlul F Jurnal Manajemen Magister*, 02.
- Zakaria Diapinsa G, & Suwitho. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4).