

## Daftar Pustaka

- Avriyanti, D. A. (2018). The Influence of electronic word of mouth on consumer trustworthiness and purchase intention.
- Damasta, & Widayanto. (2018). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Shopping Convenience Terhadap Customer Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 147-154.
- Databoks. (2021, febuari 18). *Penggunaan Aplikasi Pesan-Antar Makanan Indonesia Tertinggi di Dunia*. Diambil kembali dari Databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/penggunaan-aplikasi-pesan-antar-makanan-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Databoks.com. (2022, Juni 16). *Persentase Konsumen Terkait Kepemilikan Aplikasi Pesan Antar Makanan di Ponsel (2022)*. Retrieved from Databoks.com: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/7-dari-10-konsumen-indonesia-punya-lebih-dari-1-aplikasi-pesan-antar-makanan>
- Elshinta.com . (2023, Febuari 8). *Mengulik di balik naiknya tren pesan makanan online*. Diambil kembali dari Elshinta.com: <https://elshinta.com/news/293011/2023/02/08/mengulik-di-balik-naiknya-tren-pesan-makanan-online>

entrepreneurcamp. (n.d.). *desain aplikasi dari Shopee Food*. Retrieved from entrepreneurcamp: <http://entrepreneurcamp.id>

Gojek. (n.d.). *Pengertian mengenai Gofood*. Retrieved from Gojek.com: <https://www.gojek.com/gofood/>

Gojek.com, Grab.com, & Shopee.com. (n.d.). *Perbandingan Platform layanan pesan antar*.

Gojeker.com. (n.d.). *Keamanan dari Shopee Food*. Retrieved from <http://www.gojeker.com>

IBRAHIM, M. I. (2020). DETERMINANTS OF CONTINUOUS INTENTION TO USE ONLINE FOOD DELIVERY APPS AMONG GENERATION Y AND Z.

katadata.co.id. (2022, Juni 28). *pengertian mengenai aplikasi Shopee Food*. Diambil kembali dari katadata: <https://katadata.co.id/tags/shopeefood>

Kompasiana. (2022, januari). Retrieved from kompasiana: <https://www.kompasiana.com/rahmawatieka7061/61d809111b796c6e967ab842/pesan-antar-makanan-online-menjadi-tren-di-masyarakat>

Kompasiana. (2022). *Pesan Antar Makanan Online Menjadi Tren di Masyarakat*.

Kompasiana. (2022, januari 7). *Pesan Antar Makanan Online Menjadi Tren di Masyarakat*. Diambil kembali dari Kompasiana.com:

<https://www.kompasiana.com/rahmawatieka7061/61d809111b796c6e967ab842/pesan-antar-makanan-online-menjadi-tren-di-masyarakat>

Kompasiana.com. (n.d.). *Rating dari pelanggan untuk driver Shopee Food*. Retrieved from <http://www.kompasiana.com>

Oentoro, G. (n.d.). Analisis pengaruh convenience, design, trustworthiness, price, various food choices terhadap customer loyalty melalui perceived value dan attitudes towards food delivery apps pada pengguna grabfood di Surabaya .

ojolakademi.com. (2022, jan 24). *Promosi melalui Shopee Food dapat menaikkan keuntungan*. Retrieved from [ojolakademi.com: https://www.ojolakademi.com/call-center-shopee-food/](https://www.ojolakademi.com/call-center-shopee-food/)

Portalbayuwangi. (n.d.). *Perbandingan harga Gofood vs Shopee Food*. Retrieved from <http://www.portalbayuwangi.com>

Protalbayuwangi.com. (n.d.). *Harga Shopee Food lebih wajar dari pada Gofood*. Retrieved from <http://www.protalbayuwangi.com>

Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 516-524.

- Putri, F. N. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 768-777.
- Shopee.com. (n.d.). *Promo yang ditawarkan Shopee Food*. Retrieved from <https://shopee.co.id/m/shopeefood>
- Suara.com. (2021, november 16). *Adaptasi Kebiasaan Baru, Ini 6 Aspek Digitalisasi yang Muncul di Masa Pandemi*. Diambil kembali dari Suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2021/11/16/225259/adaptasi-kebiasan-baru-ini-6-aspek-digitalisasi-yang-muncul-di-masa-pandemi?page=all>
- teknoliputan6. (n.d.). *Flash sale merupakan inovasi yang dilakukan Shopee food*. Retrieved from <http://www.teknoliputan6.com>
- tribunnews. (n.d.). *foto pesanan Shopee Food telah diantarkan oleh driver Shopee*. Retrieved from [tribunnews: http://www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com)
- wiki.com, T. n. (2021). *ShopeeFood diluncurkan . Kabar Gembira, Shopee Luncurkan Shopee Food, Digadang-gadang Bakal Jadi Pesaing Grab dan Gojek*.
- Wiryawan, M. B. (2011). User Experience (UX) sebagai bagian dari pemikiran desain dalam pendidikan tinggi desain komunikasi visual. 1158-1166.

- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo Shopeefood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomis*, 14(2b).
- Wardani, P. A. K., Reinaldy, F. R., & Tyas, I. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Dengan Menggunakan Jasa ShopeeFood. *Literasi: Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 2(1), 163-192.
- Heinonen, K. (2004). Reconceptualizing customer perceived value: the value of time and place. *Managing Service Quality: an international journal*, 14(2/3), 205-215.
- Utami, R., Amril, D. Y., Ardiansyah, A., & Jundrio, H. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19. *Masarin*, 1(1), 13-29.
- Khomariyah, A. U. (2021). Peluang Bisnis Makanan dan Minuman di Shopee Food Bagi UMKM. *PELUANG BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI SHOPEE FOOD BAGI UMKM*.
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).

- Alfiatun, N. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Food di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 1206-1214.
- Pratiwi, R. P., Ekanova, A. P., & Nagari, O. P. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 18-28.
- Sarjono, H., & Hartono, H. Systematic Literature Review, Comparison of Interest in Buying Food on Shopee App and Gojek App in Century Pandemic.
- Putri, D. M. A., & Susanti, A. (2023). The PENGARUH E-SERVICE QUALITY, ONLINE CUSTOMER RATING DAN PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA SHOPEEFOOD DI KOTA SURAKARTA. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(1), 23-35.
- Faizah, F. N., & Zulfaturrohaniyah, Z. (2022). GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z?. *Al-Tijary*, 157-168.
- Novita, N., & Wijaya, A. (2021). Antecedent Peningkatan Penggunaan Online Food Delivery Pada Masa Pandemi Covid-19. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 441-452.

- Sari, N. P., Bahri, B., & Ardhi, A. (2022). Buying Behavior In Online Food Delivery Applications During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 7(1), 1211-1231.
- Maretha, F. Y., Margawati, A., Wijayanti, H. S., & Dieny, F. F. (2020). Hubungan penggunaan aplikasi pesan antar makanan online dengan frekuensi makan dan kualitas diet mahasiswa. *Journal of Nutrition College*, 9(3), 160-168.
- Purwanto, A. S. A. C., & Purwanto, T. (2019).  $\rightarrow$  PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP PURCHASE INTENTION YANG DIMEDIASI OLEH TRUSTWORTHINESS (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM@ KULINERSBY). *Majalah Ekonomi*, 24(2), 219-231.
- HARIYANTO, H. (2018). *Pengaruh Alosentris, Trustor Propensity, Trustworthiness, dan Kualitas Informasi Terhadap Trust Karyawan Medis di Rumah-Sakit Umum Daerah* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).

- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017, August). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)*.
- Sumarno, S., Soesanto, H., & Sufian, S. (2016). Studi Mengenai Keputusan Pembelian Dengan Pendekatan Service Encounter, Service Convenience Dan Product Knowledge Yang Dimediasi Oleh Purchase Intention Pada Bengkel Pt. Astra International-Daihatsu Sales Operation Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 15(02), 93-106.
- Hutauruk, M. R. (2020). Pengaruh pandemi covid-19 terhadap faktor yang menentukan perilaku konsumen untuk membeli barang kebutuhan pokok di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa: Media Hasil Riset Pemerintahan, Ekonomi dan Sumber Daya Alam*, 2(1), 1-15.
- Pujianto, S. (2018). Pengaruh Responsiveness, Ease of Use, Reliability, Convenience, Fulfillment, Dan Security and Privacy Terhadap Customer Satisfaction Mandiri Mobile. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 20(2), 149-154.
- Sumardi, R. N. (2010). Studi Eksplorasi Service Convenience Hotel Shangri-La di Surabaya.
- Damasta, M. I., & Widayanto, W. (2018). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Shopping Convenience Terhadap Customer Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada. co. id). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 147-154.