

DAFTAR PUSTAKA

- Abderahman, K. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab-Food Indonesia.
- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS Vol. 7, No. 2, 3*.
- Ahmad, F. B. (2020). *Ini Keunggulan Aplikasi Pesan Antar Makanan GoFood dan GrabFood Selama Pandemi Corona*. Dipetik Februari 12, 2021, dari <http://id.priceprice.comamp/lainnya/news/Aplikasi-Pesan-Antar-Makanan-GoFood-atau-GrabFood-10041/>
- Andre. (2020). *Online Shop: Pengertian Menurut Para Ahli, Sejarah, Manfaat dan Jenisnya*. Dipetik Februari 12, 2021, dari PORTALUANG: <http://portal-uang.com/online-shop/>
- Ardiansyah, G. (2020). *Pemasaran (Marketing Concept) Menurut Para Ahli*. Dipetik Februari 12, 2021, dari Terraveu: <http://www.terraveu.com/konsep-pemasaran/>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, D. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip).
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *JURNAL TEKNIK ITS Vol. 5, No. 2, 615*.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). PERILAKU BELANJA ONLINE DI INDONESIA: STUDI KASUS. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 9, No. 2, 201*.
- Harmony. (2020). *5 Strategi Promosi Marketplace yang Terbukti Menghasilkan*. Dipetik Februari 12, 2021, dari harmony: <http://www.harmony.co.id/blog/5-strategi-promosi-marketplace-yang-terbukti-menghasilkan>
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN" DENGAN MENETAPKAN ALUMNI DAN MAHASISWA UNIVERSITAS BINA NUSANTARA SEBAGAI OBJEK PENELITIAN. *BINUS BUSINESS REVIEW Vol. 3 No. 2, 884*.

- Idris, F. (2014). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU DI TOKO FAJAR SPORT KECAMATAN PEDURUNGAN KOTA SEMARANG*. SKRIPSI, Universitas Diponegoro, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Semarang.
- Ilham, M. (2020). *Pengertian Promosi Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Dipetik Februari 12, 2021, dari MateriBelajar.co.id: http://materibelajar.co.id/pengertian-promosi/#6_Zimerer_2002
- Ismail, F. F., & Sudarmadi, D. (2019). PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. BETON ELEMEN PERSADA. *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi Vol. 3, No. 1, 5*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (14 ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2020). *Hipotesis Adalah*. Dipetik Februari 12, 2021, dari GURUPENDIDIKAN: <http://www.gurupendidikan.co.id/hipotesis-adalah/>
- Lestari, D. P. (2017). *ANALISIS TINGKAT KETIMPANGAN PEMBANGUNAN DI KAWASAN MAMMINASATA*. SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Makassar.
- Librianty, A. (2019). *GrabFood Klaim Jadi Platform Pengiriman Makanan Terbesar di Asia Tenggara*. Dipetik Februari 12, 2021, dari Liputan6: <http://m.liputan6.com/teknoread/4067695/grabfood-klaim-jadi-platform-pengiriman-makanan-terbesar-di-asia-tenggara/>
- Nathan. (2019). *7 Pengertian Pemasaran Online Menurut Para Ahli*. Dipetik Februari 12, 2021, dari <http://nathangondohartono.com/bisnis-online/pengertian-pemasaran-online-menurut-para-ahli/>
- Ningsih, E. S. (2019). *Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Marketplace Shopee*. SKRIPSI, Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Makassar.
- Priangani, A. (2013). MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Kebangsaan, Vol.2 No.4, 1*.
- Putra. (2014). *uji regresi linear, uji t, uji f dan koefisien determinasi*. Dipetik Februari 13, 2021, dari buat skripsi: <http://calonwisuda.blogspot.com/2014/10/uji-regresi-linear.html?m=1>
- Riadi, M. (2020). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. Dipetik Februari 21, 2021, dari KajianPustaka.com:

<http://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html?m=1>

- Saputra, M. M. (2020). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEMEN PADA PT. INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA Tbk. CABANG NUSA TEMGGARA BARAT*. SKRIPSI, Universitas Muhammadiyah Mataram, FISIP, Ilmu Administrasi Bisnis, Mataram.
- Saripa. (2019). *PENGARUH ULASAN DAN PENILAIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI TOKOPEDIA (STUDI KASUS 3 KECAMATAN DI KOTA MAKASSAR)*. SKRIPSI, Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia, Konsentasi Bisnis dan Perdagangan Internasional, Manajemen, Makassar.
- Shifu. (2018). *PT GRAB INDONESIA : Visi, Misi Grab Beserta Sejarahnya*. Dipetik Juni 10, 2021, dari VISIMISI: <https://visimisi95.blogspot.com/2018/08/visi-misi-profil-grab.html>
- Siadari, C. (2020). *Pengertian Harga Menurut Para Ahli*. Dipetik Juli 21, 2021, dari Kumpulan Pengertian: <https://www.kumpulanpengertian.com/2020/12/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html?m=1>
- Sugianto, A., & Sarli, R. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU SHINYOKU DI CV. SINAR ABADI PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 7, No 2, 177*.
- Tesis, S. (2018). *Pembahasan Lengkap Teori Strategi Promosi menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Promosi*. Dipetik Juli 21, 2021, dari idtesis.com: <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-strategi-promosi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-promosi/>
- Tulungagung, B. (2020). Dipetik Februari 10, 2021, dari Badan Pusat Statistik Tulungagung: tulungagungkab.bps.go.id
- Wibawanto, S. (2013). Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen: Pendekatan Fisiologis, psikologis, dan Religius. *Jurnal Fokus Vol. 12 No. 1*.
- Yanti, F. (2017). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVA KOSMETIK PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG*. SKRIPSI, Universitas Muhammadiyah Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Palembang.