

DAFTAR PUSTAKA

- Adyandha, et al. (2018). Faktor-Faktor Yang Menentukan Preferensi Masyarakat Kota Bandung Terhadap Moda Transportasi Taksi Berbasis Aplikasi Online. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, Vol. 4, No, 1, 2018.
- Aisyah, St. R. & Khadijah, S. Y. H. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Ayam di Kota Makassar. *Jurnal Galung Tropika*, Vol. 6, No. 3, Desember 2017.
- Alwadi, F. & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara *Online* Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 5, No. 2, 2016.
- Amaliah, I. & Riani, W. (2013). Strategi Pengembangan Unisba Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, Vol. 9, No. 1, 2013.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen: Fungsi, Proses, dan Pengendalian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Balasubramanian, K. & Balraj, A. (2015). Customer Preference to Select a Restaurant through Smart Phone Applications: An Exploratory Study. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, Vol. 3, No. 11, November 2015.
- Beliya, et al. (2019). Satisfaction of Consumers by Using Online Food Services. *International Journal of Humanities*, Vol. 8, No. 4, Juli 2019.
- Best, R. J. (2013). *Marketing Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Probability 6th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.

- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice 6th edition*. United Kingdom: Pearson Education.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elisa, V. (2019, 07 Februari). Beritagar, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://beritagar.id/artikel/berita/aplikasi-order-makanan-ubah-perilaku-konsumen-indonesia>.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Frank, R. H. (2015). *Microeconomics and Behavior 9th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gawande, et al. (2019). A Study of Customer Perception about Online Food Ordering Services in Amravati City. *International Journal of Latest Technology in Engineering, Management, & Applied Science (IJLTEMAS)*, Vol. 8, No. 4, April 2019.
- Hanafiah, M. A. & Wardhana, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen (Studi Pada Armor Kopi Bandung). *e-Proceeding of Management*, Vol. 6, No. 1, April 2019.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. England: Pearson Education Inc.
- Hari, W. (2019, 25 April). Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. *Databoks Katadata* [Online], halaman 1. Tersedia : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>.

- Harish, G. A. & Wardhana, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Preferensi Konsumen Go-Jek di Jakarta. e-Proceeding of Management, Vol. 3, No. 2, Agustus 2016.
- Hasan, F. (2016, 12 Oktober). Bisakah Uber Eat Menjadi Pesaing Go-Food?. Business Perspective, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://thebusinessperspectiveblog.wordpress.com/2016/10/12/bisakah-uber-eat-menjadi-pesaing-go-food/>.
- Harvey, D. (2019, 31 Januari). Kemalasan Masyarakat Jadi Keuntungan GrabFood dan GoFood. CNN Indonesia, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190130201108-185-365194/kemalasan-masyarakat-jadi-keuntungan-grabfood-dan-gofood>.
- Isna, T. D. (2019, 12 April). Go-Jek : Go-Food 4 Kali Lebih Besar Dari Kompetitor. Warta Ekonomi, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://www.wartaekonomi.co.id/read223486/go-jek-go-food-4-kali-lebih-besar-dari-kompetitor.html>.
- Jacob, et al. (2019). Consumer Perception of Online Food Delivery Apps in Kochi. International journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE), Vol. 8, No. 7, May 2019.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th edition: Jilid I Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 15th edition*. Pearson: Global Edition.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. England: Pearson Education.
- Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2014). *Management Information System: Managing the Digital Firm 13th Edition*. England: Pearson Education.

- Limakrisna, N. & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam bisnis, Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Moch, P. F. (2018, 23 Februari). Go-Jek Ungkap Alasan Kesuksesan GoFood. Ine.detik [Online], halaman 1. Tersedia : <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3882611/go-jek-ungkap-alasan-kesuksesan-go-food>.
- Mothersbaugh & Hawkins. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy 13th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Nugroho, S. (2015). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Peter dan Olsen. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Pinggit, A. (2018). YLKI Soroti Harga Makanan via GoFood dan GrabFood Lebih Mahal. Katadata, [Online]. halaman 1. Tersedia : <https://katadata.co.id/berita/2018/05/16/ylki-soroti-harga-makanan-via-go-food-dan-grabfood-lebih-mahal>.
- Purwanto, E. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rathore, S. S. & Chaudhary, M. (2018). *Consumer's Perception on Online Food Ordering*. IJMBS, Vol. 8, No. 4, Oct-Dec 2018.
- Rahajeng, K. H. (2019, 23 April). Gojek Telah di Unduh 142 Juta kali. CNBC Indonesia, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190423171542-37-68367/gojek-telah-diunduh-142-juta-kali>.
- Roy, F. (2019, 31 Mei). Go-Food & Go-Pay Andalan Go-Jek Raup Untung, Go Ride?. CNBC Indonesia, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190531143022-37-76164/go-food-go-pay-andalan-gojek-raup-untung-go-ride>.

- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit J. L. (2015). *Consumer Behavior: Eleventh Edition*. United States of America: Pearson.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business 7th Edition*. Chichester: LESH.
- Shella, M. (2019, 11 Maret). 6 Aplikasi dari Startup Kuliner di Indonesia. UKMBerdaya, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://ukmberdaya.com/6-aplikasi-dari-startup-kuliner/>.
- Shidrawi, G. S. & Suyanto, A. M. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Sepatu Berbahan Dasar Kulit di Indonesia. e-Proceeding of Management, Vol. 6, No. 1, April 2019.
- Soemohadiwidjyo, A. T. (2017). *KPI (Key Performance Indikator) Untuk Perusahaan Jasa*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior : Buying, Having, and being. 11th Edition*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, V. (2020). GoFood Meluncurkan Empat Fitur Baru, Pesan Makanan Bisa Lebih Cepat Lagi. Kontan, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://industri.kontan.co.id/news/gofood-meluncurkan-empat-fitur-baru-pesan-makanan-bisa-lebih-cepat-lagi>.
- Thomas, V, F. (2019). Nielsen: 58% Masyarakat Pesan Makanan via Aplikasi Pesan Antar. Tirto, [Online]. halaman 1. Tersedia: <https://tirto.id/nielsen-58-masyarakat-pesan-makanan-via-aplikasi-pesan-antar-eil7>.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wilfridus, S. E. (2019, 04 Oktober). Jumlah Pesanan Go-Food Diklaim Meningkatkan 133 Persen. Merdeka, [Online], halaman 1. Tersedia : <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-pesanan-go-food-diklaim-meningkat-133-persen.html>.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zikmund, W. G., et al. (2010). *Business Research Methods: Eight Edition*. South Western, USA: Cengage Learning.