

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, V., 2, Y. S., & 3, D. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kandatel Dumai. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(4), 6212-6224.
- Ananda, A., & Pradini, G. (2022). Peran Food & Beverage Service dalam Memberikan Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di McDonald's Jatipadang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 11(03), 263-277.
- Angelia, D. (2022). Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Anggraeni, A. L., Febrilia, I., & Aditya, S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Layanan Pesan Antar Makanan di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 1–23.
- Astuti, E. D., & Sintesa, N. (2020). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Pesan Antar Makanan. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 12(2), 154-158. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak>
- Auliya, A., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Fitur GrabFood, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Aplikasi Grab di Kota Medan. *Jurnal Makbis (Mahkota Bisnis) Issue*, 2(01). <http://www.topbrand-award.com/>
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 1-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p19> ISSN
- Choi, J. C. (2020). User Familiarity and Satisfaction With Food Delivery Mobile Apps. *SAGE Open*, 10(4), 1–10. <https://doi.org/10.1177/2158244020970563>
- Chotigo, J., & Kadono, Y. (2021). Comparative analysis of key factors encouraging food delivery app adoption before and during the covid-19 pandemic in thailand. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 2–25. <https://doi.org/10.3390/su13084088>
- Cuong, D. T. (2023). Determinants affecting Online shopping consumers' satisfaction and repurchase intention: Evidence from Vietnam. *Innovative Marketing*, 19(1), 126–139. [https://doi.org/10.21511/im.19\(1\).2023.11](https://doi.org/10.21511/im.19(1).2023.11)
- Fauziah, A., Nugroho, D. W. pratito sri, & Wardana, E. S. (2021). Kepuasan Pelanggan Belanja Online (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(2), 80–91. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3156>
- Hanifah, R. D., & Clarita, C. (2021). Pengaruh Pembelian (Studi Kasus: Promo Kupon Cicip Melalui Pembelian Delivery Via GrabFood di Porkhub Palmerah). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 7(2), 110–119. <https://doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3017>
- Heryana, A. (2020). *Buku Ajar Buku Ajar Metode Penelitian Pada Kesehatan Masyarakat* (Vol. 2). https://www.academia.edu/43329283/Buku_Ajar_Metodologi_Penelitian_pada_Kesehatan_Masyarakat_Edisi_revisi_2020_.
- Hotjar.com. (2022). *5 customer satisfaction goals to improve loyalty and reduce churn*. Hotjar.Com. <https://www.hotjar.com/customer-satisfaction/goals/>
- Hu, C. (2022). An Analysis of College Students' Satisfaction with Online Food Delivery (OFD). *Information Systems and Economics*, 3(3), 59–64. <https://doi.org/10.23977/infse.2022.030307>

- Indasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:+Dr.+Meithiana+Indrasari&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwi-1KvH8e6DAXU2R2wGHSsvA64Q6AF6BAgMEAM#v=onepage&q=inauthor%3ADr.MeithianaIndrasari&f=false
- Kristiawan, Y., Hartoyo, H., & Suharjo, B. (2021). Customer Satisfaction: Service Quality or Product Quality (Case Study at Fast Food Restaurant in Jabodetabek). *Binus Business Review*, 12(2), 165–176. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6672>
- Kumar, H., Jain, M., & Singh Bajwa, M. (2021). Online Food Delivery App ‘Foodie.’ *Journal of University of Shanghai for Science and Technology*, 23(08), 761–771. <https://doi.org/10.51201/jusst/21/07200>
- Kusmarini, R. A., Sumarwan, U., & Simanjuntak, M. (2020). The Effect of Atmosphere Perception, Perceived Value, And Hedonic Value on Consumer Loyalty Through The Service Quality of Warunk Upnormal. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(1), 53–65. <https://doi.org/10.17358/ijbe.6.1.53>
- Kusumah, D. (2019). Grab, Kembalikan Hak “GrabFood Saving Package” Saya! *Mediakonsumen.Com*. <https://mediakonsumen.com/2019/05/26/surat-pembaca/grab-kembalikan-hak-grabfood-saving-package-saya>
- Naurah, N. (2022). *Seberapa Sering Anak Muda Memesan Makanan Lewat Aplikasi Online?* Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/survei-seberapa-sering-anak-muda-memesan-makanan-lewat-aplikasi-Online-Lrpwj#:~:text=Survei GoodStats menunjukkan%2C mayoritas anak,dari empat kali dalam sebulan.>
- Octaviani, F. L., & Cahyadi, E. R. (2022). Persaingan Platform Digital Layanan Pesan-Antar Makanan di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 973–984. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.973>
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Mariñas, K. A., Perez, J. P. A., Persada, S. F., Nadlifatin, R., Chuenyindee, T., & Buaphiban, T. (2022). Factors Affecting Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant “Jollibee” during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 14(22), 2–29. <https://doi.org/10.3390/su142215477>
- Pamungkas, D. R. (2019). Langgan Paket Hemat Makan GrabFood Hangus karena Tidak Mendapat Driver, CS Grab “No Respon.” *Mediakonsumen.Com*. <https://mediakonsumen.com/2019/12/13/surat-pembaca/langganan-paket-hemat-makan-grabfood-hangus-karena-tidak-mendapat-Driver-cs-grab-no-respon>
- Poerna Wardhanie, A., Naufal, A. Z., & Eko Wulandari, S. H. (2021). Perancangan Strategi Digital Marketings Dengan Metode Race Pada Layanan Online Food Delivery Berdasarkan Perilaku Pelanggan Generasi Z. *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.37802/joti.v3i1.187>
- Prayitno, A. G. (2019). Pesanan Grabfood Tidak Dikirim, Saldo OVO Sudah Terpotong. *Mediakonsumen.Com*. <https://mediakonsumen.com/2019/07/23/surat-pembaca/pesanan-grabfood-tidak-dikirim-saldo-ovo-sudah-terpotong>
- Rachmad, Y. E., & Budiyanto. (2022). Perception Analysis of Sales Volume on Partner Who Using Three Food Delivery Apps in Surabaya. *Proceeding 2nd International Conference on Business & Social Sciences*, 116–122.
- Rahman, A., Sukmawardani, A., & Fahiran, M. N. A. (2022). Implications of Using Grab Food Applications on Consumer Satisfaction. *Journal of Humanities, Social Sciences and*

- Business (Jhssb)*, 1(4), 1–6. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i4.218>
- Reformita, C. (2022). Comparison of the Comfort Level of Gofood and Grabfood Application Users. *Pustakailmu.Id*, 2(4), 1–10. <http://pustakailmu.id/index.php/pustakailmu/article/view/127%0Ahttp://pustakailmu.id/index.php/pustakailmu/article/download/127/113>
- Rizaty, M. A. (2023). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023e. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Rosita, R. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GrabFood. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 95. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i1.348>
- Roslan, N. M. A., & Mohd Nawi, N. S. (2022). Food Delivery Service Application During Pandemic Covid-19. *Journal of Technology and Operations Management*, 17(No.1), 71–79. <https://doi.org/10.32890/jtom2022.17.1.7>
- Setyo, A. W. (2022). Pengguna Laporkan Layanan GrabFood Down Tak Bisa Diakses. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4911800/pengguna-laporkan-layanan-grabfood-down-tak-bisa-diakses>
- Setyowati, D. (2021). Peta Persaingan GrabFood dan GoFood di Tengah Kehadiran ShopeeFood. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/601279c09f33d/peta-persaingan-grabfood-dan-gofood-di-tengah-kehadiran-shopeefood>
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Suratni, N. L. S., & Mayasari, N. M. D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Grab-Food Pada Aplikasi Grab Di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 50–59. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32129>
- Tenggara Strategics. (2022). Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi *Online* Food Delivery (OFD) di Indonesia. *Tenggara Strategics*.
- Tjahjad, H. (2019). Makian Mitra *Driver* Grabfood Sungguh Sangat Amat Tidak Pantas. *Mediakonsumen.Com*. <https://mediakonsumen.com/2019/01/03/surat-pembaca/makian-mitra-Driver-grabfood-sungguh-sangat-amat-tidak-pantas>
- Wijaya, A. F. B., Surachman, S., & Mugiono, M. (2020). the Effect of Service Quality, Perceived Value and Mediating Effect of Brand Image on Brand Trust. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–56. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.1.45-56>
- Wulan. (2021). *Banyak Digunakan, Ini Keunggulan Pesan Makanan Lewat GrabFood*. *Cerdasbelanja.Grid.Id*. <https://cerdasbelanja.grid.id/read/522649186/banyak-digunakan-ini-keunggulan-pesan-makanan-lewat-grabfood>
- Yoopetch, C., Siriphan, P., & Chirapanda, S. (2022). Determinants of Customer Satisfaction Via *Online* Food Delivery Applications. *ABAC Journal*, 42(2), 70–88.
- Yulian, E. (2021). Penetrasi Industri Antar Makanan *Online* Dirediksi Meningkatkan 16,4%. *Infobanknews*. https://infobanknews.com/penetrasi-industri-antar-makanan-Online-dirediksi-meningkat-164/#google_vignette

X

Aplikasi Grab di fitur GrabFood