# **DAFTAR PUSTAKA**

Abderahman, K. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grab-Food Indonesia (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Kota Malang yang Menggunakan Aplikasi Grab-Food). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *8*(2).

Anjarsari, G. N., & Waluyo, H. D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PO Ramayana Magelang (Studi Kasus pada Pengguna Bus Ramayana VIP). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *6*(3), 1–10.

Atidira, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Analysis of Brand Image and Promotions and their Effect on Purchase Decisions. *Advances in Economics, Business and Management Research*, *103*(Teams 19), 210–214.

Audina, R., & Murtani, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Laundry Syar’i (Studi Kasus Pada Konsumen Laundry Syar’i Di Kota Medan). *Jurnal FEB*, *1*(1), 367–376.

Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, *V*(1), 61–75.

Darmawan, M. D. (2018). The Effect Of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image On Purchase Decision Process Of Loop Product On Youth Segment (Case Study Of PT Telekomunikasi Seluler). *International Seminar & Conference on Learning Organization*, 294–309.

Faizati, I., Arifin, R., & Millaningtyas, R. (2020). Pengaruh Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Gojek Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, *9*(04), 121–136.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Delapan). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamonangan, F. I., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Lokasi , Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Laundry ( Study Kasus Pada Konsumen Simply Fresh Laundry di Tembalang , Semarang ). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*, 1–11.

Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.

Indriyo, G. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Kedua). BPFE-Yogyakarta.

Kabaressy, M. S., & Widodo, H. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Penggunaan Tolak Angin (Studi Kasus Pada Pengguna Tolak Angin Di Kota Semarang). Diponegoro Journal Of Social And Politic, 1–7.

Kandoli, J. (2019). Analisa Pengaruh Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Taxi Online Go-Car Oleh Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, *7*(3), 3458–3467.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management (Building, Measuring, and Managing Brand Equity)* (Fourth). Practice Hall.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (keduabelas). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (J. Purba (ed.); 12th ed.). Indeks.

Lisdiana, N. (2021). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen secara online di online shop lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *4*(2), 1356–1367.

Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Kedua). Salemba Empat.

Murdapa, P. A. (2020). The Effect of Price , Product Design , Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions. *Proceedings of the 2nd International Conference on Economics, Business, and Goverment Challenges, EBGC 2019, 3 October, UPN “Veteran” East Java, Surabaya, Indonesia*, 74. https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907

Ningsih, S., & Pradanawati, S. L. (2021). The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, *5*(3), 1–12.

Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, *3*(1), 1–8.

Primantari, A. A. B. D. A., & Purnami, N. M. (2017). Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, *23*(2), 75–88.

Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.

Selular.id. (2021). *Grab Renggut Penghargaan Best Everyday App di Ajang Selular Award 2021*. https://www.google.com/amp/s/selular.id/2021/07/grab-renggut-penghargaan-best-everyday-app-di-ajang-selular-award-2021/amp/

Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.

Solopos.com. (2021). *Wong Solo Ternyata Hobi Jajan Kuliner, Ini Buktinya*. https://www.solopos.com/wong-solo-ternyata-hobi-jajan-kuliner-ini-buktinya-1111449/amp

Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence Of Brand Image , Price And Promotion On Consumer ’ s Buying Decision Of Fast Moving Consumer ’ s Goods With Culture As A Moderating Variable In Basmallah Retail Store In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, *8*(03), 85–92.

Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.

Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - prinsip, penerapan, dan Penelitian* (1st ed.). Andi.

Tribunnews.com. (2021). *Riset Snapcart : GrabFood Paling Banyak Digunakan Merchant dan Konsumen*. https://m.tribunnews.com/amp/techno/2021/11/22/riset-snapcart-grabfood-paling-banyak-digunakan-merchant-dan-konsumen?page=all

Wangean, R. H., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New KIA RIO Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, *2*(3), 1715–1725.

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Moneter : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *7*(1), 54–63.

Widjaja, A. E., & Indrawati, L. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Ojek Online. *Jurnal Bisnis Terapan*, *02*(02), 169–178.