

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- antaranews. (2022, June 15). *Mayoritas pengguna layanan pesan-antar makanan millenial dan Gen Z*. Antaranews.Com.
<https://www.antaranews.com/berita/2940601/mayoritas-pengguna-layanan-pesan-antar-makanan-millennial-dan-gen-z>
- Ardianto, E. L. K. S. K. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Astralife. (2022, June 30). *Digitalisasi dan Fenomena Cashless yang Kekinian*. Astralife.Co.Id. <https://www.astralife.co.id/corporate-news/digitalisasi-dan-fenomena-cashless-yang-kekinian/>
- Azmansyah, E. A. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat dalam Memilih Sumber Finansial di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT, Vol. 28 No. 2*.
- C. Mowen & John Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Chris Fill & Sarah Turnbull. (2016). *Marketing Communication: discovery, creation and conversations. Seventh Edition (7th Edition)*. Pearson Education Limited.
- Cindy Mutia Annur. (2021, July 14). *Kebutuhan Pembayaran Digital Jadi Faktor Utama Masyarakat RI Pakai E-Wallet*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/14/kebutuhan-pembayaran-digital-jadi-faktor-utama-masyarakat-ri-pakai-e-wallet>
- Cindy Mutiara Annur. (2023, January 19). *Indonesia Pasar Online Food Delivery Terbesar di Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id.

Devi Lianovanda. (2022, October 13). *Apa Itu E-Wallet? Ini Cara Kerja, Contoh, dan Manfaatnya Bagi Bisnis!* Blog.Skillacademy.Com.

<https://blog.skillacademy.com/apa-itu-e-wallet>

Dr. Etta Mamang Sangadji, Dr. S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian* . CV. Andi Offset.

Emily Lidgard. (2021, November 29). *How does consumerism negatively impact our mental health?* Epigram.Org.Uk.

<https://epigram.org.uk/2021/11/29/how-does-consumerism-negatively-impact-our-mental-health/>

Erwin Karnadi. (2020, January 8). *Riset: dompet digital mendorong Generasi Z lebih konsumtif* . Theconversation.Com. <https://theconversation.com/riset-dompet-digital-mendorong-generasi-z-lebih-konsumtif-129243>

Faisal Rachman. (2023, February 8). *Di Balik Bertahannya Tren Pesan Makan Online* . Validnews.Id. <https://validnews.id/kultura/di-balik-bertahannya-tren-pesan-makan-online>

IJRTBT A STUDY OF E-PAYMENT SYSTEM ON FOOD DELIVERY

INDUSTRY: A CASE STUDY ON SWIGGY. (n.d.).

J. Paul Peter & Jerry C. Olson. (2014). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, 9th ed. Salemba Empat.

Joshi, D., & Bhatt, V. (2021). Does The Advertisement and Sales Promotion Have Impact on Behavioral Intentions of Online Food Delivery Application

User?(Vol. 18, Issue 7). <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/05/30/1859604/0/en/India-Online-Food-Delivery->

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* . Erlangga.

- Kumparan. (2018, April 6). *Saingi Go-Food, Grab Perluas GrabFood ke 26 Kota di Indonesia*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparantech/saingi-go-food-grab-perluas-grabfood-ke-26-kota-di-indonesia/4>
- Lina Marlina, A. M. H. P. (2020). Cashless dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Co-Management* , Vol.3, No. 2.
- Mahmud Machfoedz. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern* .
- Matin Khan. (2006). *Consumer behavior and Advertising Management*. New Delhi: New Age International .
- Naomi Adisty. (2022, May 7). *Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi, Mana yang Paling Banyak Digemari?* Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>
- Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* . Kencana Prenada Media Group.
- Nurhayati, S., Nurbayani, S., & Dahliyana, A. (2021). *Pengaruh fitur go-food pada aplikasi go-jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital*. 19(1), 25–32. <https://www.idntimes.com>
- Ömer Faruk Ursavaş. (2022). *Conducting Technology Acceptance Research in Education: Theory, Models, Implementation, and Analysis*. Springer Texts in Education.
- Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat, J., Nurul Az-zahra, H., Aries Tanya, V., & Cipta Apsari, N. (2021). *Layanan Online Food Delivery dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro (Vol. 2, Issue 2)*.

- Pradini, G., Annisya Febrianti, N., & Putri Kusumaningrum, A. (n.d.). *Impact of Promotion Mix on Grabfood Merchant Customer Purchase Decision in Jabodetabek*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4908>
- Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. S. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Kedua).
- Rachmat Trijono. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pappas Sinar Sinanti.
- Rahajeng. (2021). *50% Generasi Z Indonesia Pilih Layanan Pesan Makanan GrabFood*. Cnbcindonesia.Com.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210614102310-37-252849/50-generasi-z-indonesia-pilih-layanan-pesan-makanan-grabfood>
- Rakha Fahreza Widyananda. (2020, October 15). *Pengertian Gen Z serta Karakteristiknya, Ketahui agar Tak Keliru*. Merdeka.Com .
<https://www.merdeka.com/jatim/pengertian-gen-z-serta-karakteristiknya-ketahui-agar-tak-keliru-klm.html>
- Regar, A. B., Baroleh, J., & Rengkung, L. R. (2015). *Karakteristik Konsumen Produk Roti Cella Bakery dan Holland Bakery di Manado* (Vo.11).
- Reza Pahlevi. (2022a, June 3). *Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan untuk E-Commerce* (2022). Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/kic-e-wallet-paling-sering-digunakan-untuk-transaksi-e-commerce>
- Reza Pahlevi. (2022b, June 16). *Survei: Nilai Transaksi GoFood Lebih Besar dari ShopeeFood dan GrabFood*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-nilai-transaksi-gofood-lebih-besar-dari-shopeefood-dan-grabfood>

- Rifka Nayla. (2021). *Booming ShopeeFood, ini Kisah Layanan Pesan-Antar Makanan yang Gulung Tikar*. Bisnismuda.Id.
<https://bisnismuda.id/read/2907-rifka-nayla/booming-shopeefood-ini-kisah-layanan-pesan-antar-makanan-yang-gulung-tikar>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Suherman Rosyidi. (2011). *Pemikiran Ekonomi Islam*. Rajawali Pers.
- Sukwiaty, dkk. (2006). *Ekonomi SMA Kelas X*. Yudistira.
- Suwatno. (2018). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Simbiosis Rekatama Media.
- Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Taufik, T., Masjono, A., Kurniawan, I., & Karno, K. (2020). Peranan Platform Food Delivery Service dalam Mendukung Marketing Mix UKM di Masa New Normal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 121.
<https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.426>
- Tenggara Strategics. (2022). *Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia*.
- Teti Purwanti. (2022, July 5). *Rakyat RI Doyan Jajan, Ini Layanan yang Sering Digunakan*. Cnbcindonesia.Com.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220705114017-17-353052/rakyat-ri-doyan-jajan-ini-layanan-yang-sering-digunakan>
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.

Vigna, J. P., & Mainardes, E. W. (2019). Sales promotion and the purchasing behavior of food consumers. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(3), 101–129. <https://doi.org/10.5585/remark.v18i3.16368>

Vika Azkiya Dihni. (2022, June 21). *Berapa Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Tiap Bulan?* Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/berapa-rata-rata-pengeluaran-konsumsi-masyarakat-tiap-bulan>

Yoopetch, C., Siriphan, P., & Chirapanda, S. (2022). *Effects of Application Satisfaction, Promotions, Ease of Payment and Convenience on Intention to Repurchase Food Online*. 49(5). <https://doi.org/10.55463/issn.1674-2974.49.5.9>