

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective Sixth Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fill, C. (2013). *Marketing Communication brands, experience, and participation sixth edition*. Edinburgh: Pearson.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations (7th ed.)* Edinburgh: Pearson.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourth Edition (Fourth Edition)*. Edinburgh: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12 (Edisi Ke-12)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peter, J. Paul., & Olson, J. C. . (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy Ninth Edition*. New York. McGraw-Hill Irwin.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perlaku Komunikasi : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4 Buku 2 (4 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach Seventh Edition (7th ed.)*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017a). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi 6 Buku 1 (6th ed.)*. Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017b). *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2 (6th ed.)*. Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi Ke-5 Jilid 1 (5 ed.)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III (III)*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Artikel Ilmiah

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>. Diakses pada 16 Juli 2024
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T). Diakses pada 11 Juli 2024
- Alcaraz, P. S. M., Umali, K. Jane. J., Dipasupil, Albarillo, R. M. V, Espiritu, L. M. P., & Mendoza, S. I. (2022). The Promotional Tool and Consumer Purchasing Behavior in Calapan City. *American International Journal of Business Management (AIJBM) ISSN*, 5(12), 9–21. www.aijbm.com. Diakses 11 Desember 2024
- Andini, W., Fitriani, D., & Purba, L. K. N. (2022). Paradigma Penelitian Kuantitatif dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 1(1), 6–12. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/article/view/24>. Diakses pada 20 Juni 2024
- Belén del Río, A., Vázquez, R., & Iglesias Víctor. (2001). The Effect of Brand Associations on Consumer Response. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5), 410–425. <https://doi.org/10.1108/07363760110398808>. Diakses pada 8 Agustus 2024
- Boschetti, R. I. B., Perin, M. G., de Barcellos, M. D., Sampaio, C. H., & Basso, K. (2017). Non-monetary sales promotion effects on credit cards. *Journal of Financial Services Marketing*, 22(1), 3–13. <https://doi.org/10.1057/s41264-017-0017-6>. Diakses pada 28 Oktober 2024
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2020). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 53–68. <https://www.neliti.com/publications/439646/peran-brand-image-dalam-memediasi-pengaruh-social-media-marketing-terhadap-repea>. Diakses pada 27 November 2024
- Gorji, M., & Siami, S. (2020). How sales promotion display affects customer shopping intentions in retails. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(12), 1337–1355. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-12-2019-0407>. Diakses pada 16 Juli 2024.
- Graeff, T. R. (1996). Using Promotional Message to Manage the Effects of Brands and Self-Image on Brand Evaluations. *Journal of Consumer Marketing*, 13(3), 4–18. <https://doi.org/10.1108/07363769610118921>. Diakses pada 8 Agustus 2024
- Kasornbua, T., & Pinsame, C. (2019). Factors affecting purchase intention of community product in Thailand-Cambodia border. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 949–961. [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2\(11\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2(11)). Diakses pada 17 Juli 2024
- Keni, K., & Wilson, N. (2021). The Role of Consumers' Perceived Risk and Sales Promotion Towards Consumers' Intention to Visit in the Fast-Food Restaurant Sector During the Current COVID-19 Pandemic. *Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, 174, 10–17. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210507.002>. Diakses pada 27 November 2024
- Khanna, S., & Wahi, A. K. (2014). Website Attractiveness in E-Commerce Sites. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, 6(2), 49–59. <https://doi.org/10.4018/ijvcsn.2014040104>. Diakses pada 28 Oktober 2024.
- Kurniawan, S., & Setiadi, F. F. (2024). The Influence of Social Media Marketing, Brand Image, and Influencer Marketing on Purchase Intention at XYZ Restaurant. *Business Economic*,

- Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 6(3), 167–175. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v6i3.12130> . Diakses pada 27 November 2024.
- Larasati, J. A., & Susilo, D. (2022). Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers on Interest in Buying Rose All Day Instagram Followers. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 121–137. <https://journal.stikosaws.ac.id/index.php/spektrum/article/view/269> . Diakses pada 28 Oktober 2024
- Liew, J. Y., Razali, N. A. W., Ng, K. H., Boon, J. G., & Sui, C. F. (2021). Generation Z's purchase intention of fast food: Influential factors unveiled in Kluang, Johor. *AIP Conference Proceedings*, 2347. <https://doi.org/10.1063/5.0051565>. Diakses pada 4 Agustus 2024
- Meilani, W., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Cabang Plaju. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2518–2528. https://www.researchgate.net/publication/374538795_Pengaruh_Brand_Image_dan_Brand_Awareness_Terhadap_Keputusan_Pembelian_Pizza_Hut_Delivery_Cabang_Plaju . Diakses pada 11 Desember 2024
- Muslim, M. (2018). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 1(10). <https://doi.org/10.33751/wahana.v1i10.654>. Diakses pada 20 Juni 2024
- Nadiya, S. Z., & Rahmawaty, A. (2023). Purchase Intention Halal Food in Online Shop Among Gen Z Muslims: The Role of Halal Awareness, Sales Promotion Display, Social Media Marketing, and Endorser's Persuasiveness. *Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah, and Waqf*, 89–106. <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/ieibzawa/article/view/758>. Diakses pada 21 September 2024
- Orth, U. R., Koenig, H. F., & Firbasova, Z. (2007). Cross-national differences in consumer response to the framing of advertising messages. *European Journal of Marketing*, 41(3/4), 327–348. <https://doi.org/10.1108/03090560710728363>. Diakses pada 23 Juli 2024
- Ramadhan, M. A. S., Setyabudi, D., & Rahmiaji, L. R. (2023). Pengaruh Terpaan Komunikasi Pemasaran Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital Dana. *Interaksi Online*, 12(1), 469–480. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42447/0>. Diakses pada 17 Juli 2024
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T.-H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459–469. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.11.001>. Diakses pada 30 September 2024
- Santini, F. de O., Ladeira, W. J., Sampaio, C. H., & Falcão, C. A. (2015). Perception of Value, Attractiveness and Purchase Intention: Revisiting Sales Promotion Techniques. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 17(57), 1173–1192. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v17i57.2040>. Diakses pada 27 November 2024
- Sari, R. I., & Idris. (2024). Pengaruh Sikap Terhadap Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Hand And Body Lotion Nivea Di Kota Semarang. *JURNAL STUDI MANAJEMEN ORGANISASI*, 21(1), 31–42. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v21i1.66738>. Diakses pada 11 Desember 2024
- Sintesa, N., Indriany, Y., & Astuti, E. D. (2022). Pengaruh Promosi dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Cepat Saji (McDonald, KFC, Pizza Hut). *Proceeding of LP3I National Conference of Vocational Business and Technology (LICOVBITECH)*, 18–33.

- <https://prosiding.lp3ijkt.ac.id/index.php/licovbitech/article/view/6>. Diakses pada 11 Desember 2024
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring Attitude toward the Brand and Purchase Intentions. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 26(2), 53–66. <https://doi.org/10.1080/10641734.2004.10505164> . Diakses pada 12 Juli 2024
- Susilo, K. S. P., & Wilujeng, I. P. (2023). How Can Brand Image Mediate the Effect of Green Marketing on Purchase Intention in Fast-Food Industry? *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2022)*, 233–242. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-178-4_24. Diakses pada 20 September 2024
- Thehawijaya, J. A., & Susilo, D. (2023). Sales Promotion Message Appeal and Brand Ambassador Effects Toward Tokopedia's Purchase Intention. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(2), 475–484. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i2.559>. Diakses pada 20 Juli 2024
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from The Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31), 55–65. <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/artic...>. Diakses pada 22 Juli 2024
- Wirtz, B. W., Piehler, R., & Ullrich, S. (2013). Determinants of social media website attractiveness. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(1). <https://www.researchgate.net/publication/235746297>. Diakses pada 28 Oktober 2024
- Zararosa, G. A., & Khasanah, I. (2023). Peran Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL STUDI MANAJEMEN ORGANISASI*, 20(2), 59–72. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v20i2.57997>. Diakses pada 11 Desember 2024
- Zhong, X. T. (2023). A Study of Influence of Brand Image on Purchase Intention of New Energy Vehicles: The Mediating Effect of Brand Trust and The Moderating Effect of Perceived Value. *The EUrASEANs: journal on global socio-economic dynamics*, 6(6(43)), 134–145. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v20i2.57997>. Diakses pada 16 Juli 2024

Laporan

- Grab. (2021). *Laporan Tren F&B Indonesia 2020-2021*. Grab. Diunduh pada 30 September 2024 pukul 14.10 WIB, dari <https://www.slideshare.net/slideshow/grab-next-laporan-tren-f-b-indonesia-2021/250176461>
- Grab. (2024). *Tren Kuliner & Belanja Harian Online di Indonesia 2023*. Grab. Diunduh pada 30 September 2024 pukul 14.40 WIB, dari <https://www.grab.com/id/food-and-grocery-trends-report-2023/>
- Jakpat. (2024). *Consumer Behavior Following Boycott Issue*. Jakarta: Jakpat. Diunduh pada 15 Mei 2024 pukul 18.00 WIB, dari <https://insight.jakpat.net/consumer-behavior-following-boycott-issue/>
- Kurious. (2023). *TOP BRAND SURVEY FAST FOOD*. Jakarta: Kurious .Diunduh pada 1 Juni 2024 pukul 14.00 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/02/10/top-brand-survey-fast-food>
- PT Sarimelati Kencana Tbk. (2020). *PT. Sarimelati Kencana Tbk Annual Report 2019*. Jakarta: PT Sarimelati Kencana Tbk . Diunduh pada 8 Juni 2024 pukul 19.00 WIB, dari <https://www.sarimelatikencana.co.id/annual-report.php>
- PT Sarimelati Kencana Tbk. (2022). *PT. Sarimelati Kencana Tbk Annual Report 2021*. Jakarta: PT Sarimelati Kencana Tbk . Diunduh pada 8 Juni 2024 pukul 19.00 WIB , dari <https://www.sarimelatikencana.co.id/annual-report.php>

- PT Sarimelati Kencana Tbk. (2024). *PT. Sarimelati Kencana Tbk Annual Report 2023*. Jakarta: PT Sarimelati Kencana Tbk . Diunduh pada 8 Juni 2024 pukul 19.00 WIB, dari <https://www.sarimelatikencana.co.id/annual-report.php>
- Yuningsih, N. (2021). *Food Service - Hotel Restaurant Institutional*. Jakarta: Global Agricultural Information Network. Diunduh pada 8 Juni 2024 pukul 20.30 WIB, dari <https://fas.usda.gov/data/indonesia-food-service-hotel-restaurant-institutional-4>
- Yuningsih, N. (2022). *Food Service - Hotel Institutional*. Jakarta: Global Agricultural Information Network. Diunduh pada 8 Juni 2024 pukul 21.00 WIB, dari <https://fas.usda.gov/data/indonesia-food-service-hotel-restaurant-institutional-5>
- Yuningsih, N. (2023). *Food Service - Hotel Institutional*. Jakarta: Global Agricultural Information Network. Diunduh pada 8 Juni 2024 pukul 21.30 WIB, dari <https://fas.usda.gov/data/indonesia-food-service-hotel-restaurant-institutional-6>

Website

- Acuity Hub. (2023). *Perilaku Masyarakat Indonesia Mengkonsumsi Makanan Cepat Saji (Bagian 2)*. Acuity Hub. Diakses pada 19 September 2024 pukul 20.51 WIB, dari <https://www.acuityhub.com/insight/detail/perilaku-masyarakat-indonesia-mengkonsumsi-makanan-cepat-saji-bagian-2>
- Aditya, R. (2023). *Apa Itu Ristorante? Heboh Kabar Pizza Hut Ganti Nama, Ini Penjelasan Soal Rumor Imbas Boikot*. Suara.com. Diakses pada 22 Oktober 2024 pukul 13.15 WIB, dari <https://www.suara.com/lifestyle/2023/12/15/135035/apa-itu-ristorante-heboh-kabar-pizza-hut-ganti-nama-ini-penjelasan-soal-rumor-imbis-boikot>
- Agmasari, S. (2020). *Sejarah Pizza Hut, Restoran Mendunia yang Dirintis dari Pinjam Uang Ibu*. Kompas. Diakses pada 22 Oktober 2024 pukul 10.19 WIB, dari <https://www.kompas.com/food/read/2020/07/03/154230975/sejarah-pizza-hut-restoran-mendunia-yang-dirintis-dari-pinjam-uang-ibu>
- Ahdiat, A. (2024a). *5 Sektor Usaha dengan Persaingan Tertinggi di Indonesia*. databoks. Diakses pada 3 Agustus 2024 pukul 17.15 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/989b9ff7a1200b5/5-sektor-usaha-dengan-persaingan-tertinggi-di-indonesia>
- Ahdiat, A. (2024b). *Kerugian Pizza Hut Indonesia Membengkak Januari-September 2024*. databoks. Diakses pada 29 November 2024 pukul 15.00 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/673c0b7cdc678/kerugian-pizza-hut-indonesia-membengkak-januari-september-2024>
- Asih, R. W. (2023). *Survei Omniki: KFC Pimpin Persaingan Bisnis Restoran Cepat di Indonesia*. bisnis.com. Diakses pada 4 Agustus pukul 09.25 WIB, dari <https://market.bisnis.com/read/20240718/192/1783428/survei-omniki-kfc-pimpin-persaingan-bisnis-restoran-cepat-di-indonesia>
- Azhari, M. (2023). *Menurut Survei, Mayoritas Milenial dan Gen Z Lebih Suka Membeli Makanan Ketimbang Masak Sendiri*. Jakarta Daily. Diakses pada 29 Juli 2024 pukul 11.30 WIB , dari <https://indonesia.jakartadaily.id/lifestyle/6938980386/menurut-survei-mayoritas-milenial-dan-gen-z-lebih-suka-membeli-makanan-ketimbang-masak-sendiri>
- Binekasri, R. (2024). *Terhantam Boikot, Pizza Hut Rugi Rp58,6 M di Kuartal-I 2024*. CNBC Indonesia. Diakses pada 5 Juni 2024 pukul 18.30 WIB, dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240430071509-17-534485/terhantam-boikot-pizza-hut-rugi-rp586-m-di-kuartal-i-2024>
- Busthomi. (2023, Juni 14). *Laporan GapMaps: Restoran Cepat Saji di Indonesia Belum Samai Standar Internasional*. TopBusiness. Diakses pada 31 Juli 2024 pukul 15.00 WIB, dari

- <https://www.topbusiness.id/77690/laporan-gapmaps-restoran-cepat-saji-di-indonesia-belum-samai-standar-internasional.html>
- CNN Indonesia. (2021). *Menilik Perjalanan “Fast Food” di Nusantara*. CNN Indonesia. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 08.00 WIB, dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210611195419-262-653359/menilik-perjalanan-fast-food-di-nusantara/2>
- CNN Indonesia. (2023). *Mengenal Fenomena BDS, Gerakan Boikot Perusahaan Pendukung Israel*. CNN Indonesia. Diakses pada 6 Agustus 2024 pukul 10.00 WIB, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231114123743-92-1023951/mengenal-fenomena-bds-gerakan-boikot-perusahaan-pendukung-israel>
- CNN Indonesia. (2024). *Rugi Membengkak, Pizza Hut Tutup 20 Gerai dan Pangkas 371 Karyawan*. CNN Indonesia. Diakses pada 29 November 2024 pukul 18.00 WIB, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241118181215-92-1167980/rugi-membengkak-pizza-hut-tutup-20-gerai-dan-pangkas-371-karyawan>
- Darmawan, E. S., & Mulyawan, A. (2024). *Aksi Boikot Global Sukses Gerus Penjualan Produk Terafiliasi Israel*. Kompas.com. Diakses pada 7 Agustus 2024 pukul 14.30 WIB, dari https://money.kompas.com/read/2024/07/03/192816026/aksi-boikot-global-sukses-gerus-penjualan-produk-terafiliasi-israel?page=all#google_vignette
- ESB. (2024). *Yuk, Kenali Bedanya Full Service dan Quick Service Restoran!* ESB. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 10.15 WIB, dari <https://www.esb.id/id/inspirasi/yuk-kenali-bedanya-full-service-dan-quick-service-restoran>
- Estherina, I. (2024). *Promo Pizza Hut Cukup Tebus Rp 4.000 Saja hingga Domino's Pizza Harga Rp 59 Ribu*. Tempo. Diakses pada 23 Desember 2024 pukul 06.00 WIB, dari <https://www.tempo.co/ekonomi/promo-pizza-hut-cukup-tebus-rp-4-000-saja-hingga-domino-s-pizza-harga-rp-59-ribu--45960>
- Galeshita, A. (2018). *Begini Sejarah Restoran Cepat Saji di Indonesia. Ternyata yang Pertama Udah Ada daru Tahun 1959 Lho*. Hipwee. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 09.15 WIB, dari https://www.hipwee.com/feature/begini-sejarah-restoran-cepat-saji-di-indonesia-ternyata-yang-pertama-udah-ada-dari-tahun-1959-lho/#google_vignette
- IDN Financials. (2024). *PZZA kembali merugi, tembus Rp75,11 miliar pada semester pertama*. IDN Financials. Diakses pada 11 Agustus 2024 pukul 02.30 WIB, dari <https://www.idnfinancials.com/id/news/50564/>
- Junaidi. (2010). *Download Tabel r Lengkap*. Diakses pada 23 November 2024 pukul 22.00 WIB, dari <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/05/24/download-tabel-r-lengkap/>
- KumparanFOOD. (2020). *#dirumahaja, Martabak dan Pizza Jadi Makanan Paling Sering Dipesan di GoFood*. KumparanFOOD. Diakses pada 28 November 2024 pukul 22.00 WIB, dari <https://kumparan.com/kumparanfood/dirumahaja-martabak-dan-pizza-jadi-makanan-paling-sering-dipesan-di-gofood-1tE6NkJYnQG/3>
- kumparanFOOD. (2023a, Maret 28). *Fast Food sampai Makanan Berkuah Jadi Menu Favorit di GoFood Selama Puasa*. kumparanfood. Diakses pada 28 November 2024 pukul 22.20 WIB, dari <https://kumparan.com/kumparanfood/fast-food-sampai-makanan-berkuah-jadi-menu-favorit-di-gofood-selama-puasa-206NNIbu66C>
- kumparanFOOD. (2023b). *Riset: Gen Z dan Milenial Lebih Suka Beli Makanan karena Promo Diskon*. kumparanFOOD. Diakses pada 29 Mei 2024 pukul 21.16 WIB, dari <https://kumparan.com/kumparanfood/riset-gen-z-dan-milenial-lebih-suka-beli-makanan-karena-promo-diskon-20YlgES9Ynr>
- Mordor Intelligence. (t.t.). *Indonesia Foodservice Market Size & Share Analysis-Growth Trends & Forecasts Up to 2029*. Mordor Intelligence. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 19.00 WIB, dari <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-foodservice-market>

- Nugroho, R. (2019). *Sering Disamakan, Ini Perbedaan Junk Food dan Fast Food Sebenarnya*. Liputan6. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 13.35 WIB, dari <https://www.liputan6.com/hot/read/3942100/sering-disamakan-ini-perbedaan-junk-food-dan-fast-food-sebenarnya>
- Pusparisa, Y. (2021). *Inilah Merek Cepat Saji Terbaik di Indonesia pada 2021, Mana Kesukaanmu?* databoks. Diakses pada 8 Agustus 2024 pukul 20.40 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/54b9e7f936b1523/inilah-merek-cepat-saji-terbaik-di-indonesia-pada-2021-mana-kesukaanmu>
- Ridwan, P. P. (2023). *Street Food dan Kedai Kaki Lima Jadi Pilihan Favorit Masyarakat Saat Makan di Luar*. GoodStats. Diakses pada 30 September pukul 14.00 WIB, dari <https://goodstats.id/article/street-food-dan-kedai-kaki-lima-jadi-pilihan-favorit-masyarakat-saat-makan-di-luar-K4yrH>
- Rizeki, D. N. (2023). *Mengamati Persaingan Bisnis Kuliner di Indonesia dan Cara Menghadapinya*. majoo. Diakses pada 3 Agustus 2024 pukul 15.20 WIB, dari <https://majoo.id/solusi/detail/persaingan-bisnis-kuliner#:~:text=Persaingan%20bisnis%20kuliner%20secara%20umum,mencapai%20keberhasilan%20dalam%20bisnis%20mereka>
- Rokom. (2024). *Gula Mengintai di Sekitar Kita*. sehat negeriku. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 16.00 WIB, dari <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/mediakom/20231231/3644629/mediakom-160/>
- Supriadi, C. (2023). *Mau Buka Bisnis Kuliner di 2024? Berikut 10 Jenis Restoran Paling Menguntungkan*. Marketing.co.id. Diakses pada 21 Oktober 2024 pukul 15.20 WIB, dari <https://marketing.co.id/mau-buka-bisnis-kuliner-di-2024-berikut-10-jenis-restoran-paling-menguntungkan/>
- Top Brand Award. (2022). *Bagaimana Penilaian Bagi Merek dalam Survei Top Brand?* Topbrand-award.com. Diakses pada 9 Agustus 2024 pukul 08.45 WIB, dari <https://www.topbrand-award.com/article/detail/bagaimana-penilaian-bagi-merek-dalam-survei-top-brand>
- Top Brand Award. (2024). *Top Brand For Teens Index 2024*. topbrand-award.com. Diakses pada 9 Agustus pukul 13.00 WIB, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>
- Yuliani, P. A. (2023). *Hampir Satu Juta kendaraan Bermotor dari Bodetabek Masuk ke Jakarta Tiap Hari*. Media Indonesia. Diakses pada 21 September 2024 pukul 22.00 WIB, dari <https://mediaindonesia.com/megapolitan/608607/hampir-satu-juta-kendaraan-bermotor-dari-bodetabek-masuk-ke-jakarta-tiap-hari>
- Yuniar, N. (2021). *Sepuluh makanan banyak dicari di layanan pesan antar tahun 2021*. Antara. Diakses pada 28 November 2024 pukul 21.00 WIB, dari <https://www.antaranews.com/berita/2615049/sepuluh-makanan-banyak-dicari-di-layanan-pesan-antar-tahun-2021>