

## DAFTAR PUSTAKA

- Alawi, A. R. (2022). Analisis Program Pemerintah Kota Surabaya Barbagi Makanan Gratis Kepada Masyarakat Perspektif Islam (Tinjauan Komunikasi Pemasaran). *Jurnal STIKOM Semarang/ Semai Komunikasi*, 5(1), 35-42.
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173.
- Atiqah, F., & Puspawati, D. (2022). ANALISIS PENERAPAN SISTEM “MATO” PADA MANAJEMEN PENGGAJIAN KARYAWAN DI RESTORAN PADANG SEDERHANA DI KOTA YOGYAKARTA. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 470-480.
- Az-zahra, H. N., Tanyta, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan online food delivery dalam membantu meningkatkan penjualan pada usaha mikro. *Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156-165.
- Bannor, R. K., & Amponsah, J. (2023). The Emergence of Food Delivery in Africa: A Systematic Review. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 100062.
- Cahyani, Z., & Nurcahyo, R. (2020, April). Popularity Analysis of Mobile Food Ordering Apps In Indonesia. In *2020 IEEE 7th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)* (pp. 1000-1004). IEEE.
- Cheng, C. C., Chang, Y. Y., & Chen, C. T. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102938.
- Dwiputra, G. A. (2017). Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Rumah Makan Krebo Jantan. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 85-90.
- Elverda, E., Nahdah, T. A., & Hamali, S. (2023, August). Consumer Decision-Making Criteria for Online Food Delivery Platforms: A Case Study in Jabodetabek Indonesia. In *2023 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)* (pp. 305-309). IEEE.
- Halim, F. S., Rahmawati, R., & Mardiah, S. (2022). Strategi Penjualan Makanan Melalui Media Digital: Gofood, Grabfood Dan Shopeefood. *Devosi*, 3(2), 40-48.
- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(3), 314-322.
- Kotler, P dan Armstrong. G. (2019). Prinsip-Prinsip Pemasran Jilid 1, Edisi 12. Erlangga, PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan, A. C., Rachmawati, N. L., Ayu, M. M., Ong, A. K. S., & Redi, A. A. N. P. (2024). Determinants of satisfaction and continuance intention towards online food delivery service users in Indonesia post the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 10(1).

- Kurniawan, A. C., Rachmawati, N. L., Ayu, M. M., Ong, A. K. S., & Redi, A. A. N. P. (2024). Determinants of satisfaction and continuance intention towards online food delivery service users in Indonesia post the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 10(1).
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*, Bandung: PT. *Remaja Rosda Karya*, 17.
- Nurhayati, S., Nurbayani, S., & Dahliyana, A. (2021). Pengaruh fitur *Go-Food* pada aplikasi go-jek terhadap gaya hidup mahasiswa di era digital. *Sosio Religi: Jurnal Kajian Pendidikan Umum*, 19(1).
- Pandhi, R. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Untuk Peningkatan Pendapatan Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Kota Depok). *MALIA (TERAKREDITASI)*, 10(1), 15-30.
- Pinem, R. J. (2019). The role of technology in increasing motivation of millennial women entrepreneurs starting a business in the digital era. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 1-7.
- Prasetya, S. R., Rivai, R. A., Hutama, M. B. Y., Rama, D. A., & Agata, D. F. (2023). Pemanfaatan Online Food Delivery (Shopee Food Dan Gofood) Dalam Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM Di Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 1(3), 24-33.
- Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Sampoerna, S. T. (2022). The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 4(1), 58-67.
- Rachmawati, M. (2009). *Sukses bisnis rumah makan Padang*. Niaga Swadaya.
- Rahma, E. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia (Studi KCP Masamba)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Rahmah, A. M. Z., & Sitorus, O. F. (2022, July). Efek penerapan online food delivery pada UMKM. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 24, No. 3, pp. 657-663).
- Salma, D. N., & Rachmawati, R. (2022). The role of online food delivery services in the competitiveness of the Yogyakarta culinary industry during the COVID-19 pandemic. *Indonesian Journal of Geography*, 54(1), 147-153.
- Satya, S., & Khornida, D. (2023). Perancangan Promosi Periklanan dan Penjualan Melalui Media Sosial pada COFFEED. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 2078-2084.

- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Siregar, S. Y. (2024). Mangupa-upa Sebagai Sarana Untuk Membrikan Ungkapan Doa, Syukur, dan Harapan dalam Tradisi Masyarakat Batak Angkola di Kec. Padang Bolak. Kab. Padang Lawas Utara. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(2), 74-88.
- Sondakh, R. A., Erawan, E., & Wibowo, S. E. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Ilmu Komunikasi*, 7(1), 279-292.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tyas, W. P., Damayanti, M., Hutama, J. K., & Saragih, D. D. (2019, November). The role of food delivery services by online motorcycle taxi on the development of culinary home-based enterprises. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 396, No. 1, p. 012010). IOP Publishing.