

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Amilia, S. 2015. Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Yamaha terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Kecamatan Indra Makmu Aceh Timur. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 4, No. 1: 239-251.
- Amri, H. R., Subagio, R. T., dan Kusnadi. 2020. Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. *Jurnal Sistem Cerdas*, Vol. 03, No.02: 241-252.
- Anonim, 2020. How big is your brand's opportunity in online grocery platforms?. <https://snapcart.global/how-big-is-your-brands-opportunity-in-online-grocery-platforms/>. Diakses tanggal 20 November 2022 pukul 13.20 WIB.
- Arini. 2020. Sayurbox Tidak Menginformasikan Pelanggan Saat Barang yang Dipesan Tidak Tersedia <https://inside.kompas.com/surat-pembaca/read/60398/Sayurbox-Tidak-Menginformasikan-Pelanggan-Saat-Barang-yang-Dipesan-Tidak-Tersedia>. Diakses pada 11 Desember 2022 pukul 11.05 WIB.
- Awan, A. G. dan Rehman, A. 2014. Impact of customer satisfaction on brand loyalty an empirical analysis of home appliances in Pakistan. *British Journal of Marketing Studies*. 2(8): 18-32.
- Badan pusat statistik. 2018. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2018*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat statistik. 2020. *Statistik E-commerce 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bahfein, S. 2020. Tata Ruang Jabodetabek-Punjur Mencakup 189 Kecamatan. <https://properti.kompas.com/read/2020/12/04/200009121/tata-ruang-jabodetabek-punjur-mencakup-189-kecamatan>. Diakses tanggal 28 Agustus 2022 pukul 12.54 WIB.
- Burhan, F. A. 2021. Gojek Pimpin Suntikan Modal ke Startup Social Commerce Segari Rp 226 M. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/61376a7972dab/gojek-pimpin-suntikan-modal-ke-startup-social-commerce-segari-rp-226-m>. Diakses tanggal 27 Agustus 2022 pukul 11.30 WIB.
- Burhan, F. A. 2021. *Transaksi Segari dan Sayurbox Meroket hingga 3 Kali saat PPKM Level 4*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/60ffb4ccea35b/transaksi-tanihub-dan-sayurbox-meroket-hingga-3-kali-saat-ppkm-level-4>. Diakses tanggal 17 november pukul 18.40 WIB.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eka, R. 2020. Menakar Masa Depan Startup "Online Grocery" di Indonesia. Dalam <https://dailysocial.id/post/online-grocery-startup-indonesia>. Diakses pada 19 November pukul 11.15 WIB.

- Eloksari, E. A. 2020. Online Grocery Shopping To Drive E-Commerce Growth as PSBB reimposed: Experts. The Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/news/2020/09/14/online-grocery-shopping-to-drive-ecommerce-growth-as-psbb-reimposed-experts.html>. Diakses pada 18 November 2021 pukul 13.30 WIB.
- Esch, F., , Langner, T., Schmitt, B.H. dan Geus, P. 2006. Are Brand Forever? How Brand Knowledge and Relationship Affect Current and Future Purchase. *Journal of Product and Brand Management*, Vol.15(2), No. 98-105.
- Fauziah, D. N dan Wulandari, D. A. N. Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.com terhadap Keputusan pembelian dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer*, Vol. 3, No. 2:173-180.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Gaspersz, V. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, S., Gallear, D., Rudd, J., dan Foroudi, P. 2020. The impact of brand value on brand competitiveness. *Journal of Business Research*, 112:210–222.
- Gutama, W. A. dan Intani, A. P. D. 2017. Consumer Acceptance Towards Online Grocery Shopping in Malang, East Java, Indonesia. *Agricultural Socio-Economics Journal*, Vol. 17, No. 01:23-32.
- Hashemi, S. A. dan Mokhratan, M. 2016. The Effect of Brand Equity Dimensions on Current and Future Purchase Behavior of Costumer (An Approach Towards First Familiar Brand). *International Business Management*, Vol. 10, No. 17: 4037-4041.
- Hendryadi, 2014. Content Validity (Validitas Isi). *Jurnal Teorinal*. No.01
- Keller, K. L., dan Brexendorf, O. 2019. Measuring Brand Equity. In *Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH*. <https://doi.org/10.4135/9781412973380.n26>
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2012, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mandasari, D., Mulyani, S., dan Sadyasmara, C. A. B. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Mangsi Grill And Coffee Denpasar. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, Vol. 7, No. 3: 336-346.
- Massie, 2013. Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Mobile Data Service Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1, No. 1474-148.
- Maulidiah, F., Suharyono, dan Hidayat, K. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 1: 1-8.

- Muhibin dan Marfuatun. 2020. Urgensi Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Dalam Mengatasi Prokrastinasi Akademik Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Kependidikan*, Vol. 15, No 2: 69-80.
- Mukhni, A. N., Ariyanti, M., dan Febrianta, M. Y. 2020. Analisis Kualitas Layanan Platform Online Groceries Menggunakan Text Network Analysis (studi Kasus: Sayurbox, Segari, Tukangsayur. co, Brambang. com). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Octaviano, A. 2021. *Laju transaksi digital di e-commerce meningkat pada kuartal I-2021*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/laju-transaksi-digital-di-e-commerce-meningkat-pada-kuartal-i-2021>. Diakses tanggal 18 November 2021 pukul 14.30 WIB.
- Parobek, J., Loučanová, E., Kalamárová, M., Šupín, M. dan Štofková, K.R., 2015. Customer window quadrant as a tool for tracking customer satisfaction on the furniture market. *Procedia Economics and Finance*, 34, pp.493-499.
- Pranata, I. W. D. R. & Pramudana, K.A. S. 2018. Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo dengan Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 10: 5230-5257.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Etta M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sensortower. 2021. *Daily Category Rankings Google Play – Aug 19, 2021 - Nov 16, 2021 - Android - Application - Indonesia – Free*. <https://sensortower.com/android/US/publisher/app/appName/com.sayurb ox/category-rankings>. Diakses tanggal 4 Januari 2022 pukul 09.20 WIB.
- Shimp, T. A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiati, Rosita, N., H. dan Yulianti, I. 2016. *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press.
- Sunyoto, D. 2013. *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supriyanto, S. dan Ernawaty. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2014. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Warganegara, D.L.; Babolian Hendijani, R. 2022. Factors That Drive Actual Purchasing of Groceries through E-Commerce Platforms during COVID-19 in Indonesia. *Sustainability*, 14, 3235.
- Widodo, S.M. dan Sutopo, J. 2018. Metode Customer Satisfaction Index ( Csi ) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business To 83 Customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1): 38–45.
- Wilson, R., Pan, W., &Schumsky, D. 2012. Recalculation of the Critical Values for Lawshe's Content Validity Ratio. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 45(3), 197-210.