

DAFTAR PUSTAKA

- Abbinnett, R. (2008). The spectre and the simulacrum: History after Baudrillard. *Theory, Culture & Society*, 25(6), 69-87.
- Adijaya, S. (2024). *Pemikir-Pemikir Besar Antropologi*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37-46.
- Arum, R. (2015). *Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Asy-Syifaa, S., Liani, M. D., Abimanyu, M. C., Hidayat, E. R., Putri, H. A., Yusuf, N., & Rozak, R. W. A. (2024). Analisis Promosi pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan terhadap Perilaku Konsumen. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 126-139.
- Azwar, M. (2014). Teori simulakrum Jean Baudrillard Dan Upaya pustakawan Mengidentifikasi informasi realitas. *Khizanah Al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 2(1), 38.
- Az-zahra, H.N., Tanya, V.A. and Apsari, N.C. (2021a) 'Layanan Online Food delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada USAHA MIKRO', *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), p. 156.
- Baudrillard, J. (1976). *Symbolic exchange and death*. Sage Publications.
- , *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- , *In the shadow of silent majorities*. Semiotext(e).
- , *The Precession of Simulacra*. New York.
- , *Simulacra and Simulation* (S. Glaser, Trans.). University of Michigan Press.
- Butler, C. (2002). *Postmodernism : A Very Short Introduction*. Oxford University Press.

- DiPietro, R. (2017). Restaurant and foodservice research: A critical reflection behind and an optimistic look ahead. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(4), 1203-1234.
- Faizah, F. N., & Zulfaturrohmaniyah, Z. (2022). GoFood Vs ShopeeFood: Manakah yang Menjadi Pilihan Generasi Z?. *Al-Tijary*, 157-168.
- Faradysa, N. Z. (2022). Strategi Komunikasi GoFood Bertahan Saat Pandemi COVID-19: Analisis Difusi Inovasi GoFood Indonesia. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 139-154.
- Febianti, Y. N., & Welly, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Jasa Antar Makanan (GoFood) di Kota Cirebon. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 606-616.
- Guilford, J. (2012). Baudrillard, Obscenity, and the Intimate Cinema of Saul Levine. *Theorizing Visual Studies*.
- Horrocks, C., & Jevtic, Z. (1999). *Introducing Baudrillard*. Icon Books UK.
- Jaya, D. P. (2012). *Budaya dan Identitas*.
- Insani, A. N. (2018). Konsep Ruang Semu Jean Baudrillard: Studi Kasus Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Kambali, M., & Gresik, S. A. A. M. (2020). Pemikiran Karl Marx tentang struktur masyarakat (Dialektika infrastruktur dan suprastruktur). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(2), 63-80.
- King, A. (1998). A critique of Baudrillard's hyperreality: towards a sociology of postmodernism. *Philosophy & Social Criticism*, 24(6), 47-66.
- Kurniawan, A. (2022). Pengaruh Photogrammetry terhadap Persepsi Konsumen pada Porsi Makanan. *Jurnal Desain*, 10(1), 35-44.
- Muliant, R. T. (2018). Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Holistik*, 12.
- Prasetyo. (2022). Pengaruh Harga Kualitas Informasi dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Layanan Pesan Antar Makanan GoFood. 70.

- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1-11.
- Prianika, G. G. P., & Bertuah, E. (2022). The Effect of Rating, Online Consumer Review and Sales Promotion on Purchase Intention on the Gofood Application. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(3), 565-590.
- Purwanto, N., Budiyanto, B., & Suhermin, S. (2023). Theory of Planned Behavior.
- Putra, K. A. D., Hidayatullah, F., & Farida, N. (2020). Mediatisasi layanan pesan antar makanan di Indonesia melalui aplikasi Go-food. *Islamic Communication Journal*, 5(1), 114-124.
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153-167.
- Ricardo, Q. S. (2022). Research in Human and Social Sciences and Knowledge Mobilization. In *5th International CEO (Communication, Economics, Organization) Social Sciences Congress*. Sekolah Tinggi Manajemen IPMI (IPMI-International Business School), Mohanlal Sukhadia University, Purwanti, S. (2022). Melihat Dunia dengan Simulakra (Mengkaji Baudrillard dan Masyarakat Konsumsi). *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 11(2), 220-230.
- Ristiana, U., Mashudi, M., & Warneri, W. (2020). Pengaruh Promosi Gofood Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 10(2), 601-608.
- Riswanto Tumuwe, M. D. (2018). Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Holistik*, 11-12.
- Roman, D. S. B. (2016). Buku Ajar Mata Kuliah Kajian Budaya Dan Media.
- Rusminah, R., Hilmiati, H., & Ilhamudin, H. M. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap E-Service Quality Gofood di Kota Mataram. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(1), 91-102.
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.

- Sukma, B. A. (2023). *Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pengguna GoFood di STIE Malangkucecwara)* (Doctoral dissertation, STIE Malangkucecwara).
- Suryaningsih, I. B. (2019). Layanan aplikasi Go-Jek: validasi skala pengukuran IRSQ persepsi konsumen pada penggunaan platform Go-Food. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 13(2), 112-121.
- Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Thiry-Cherques, H. R. (2010). Baudrillard: work and hyperreality. *RAE-eletrônica*, 9(1), 1-10.
- Winarti, T., & Artanti, Y. (2022). *Keputusan penggunaan aplikasi food delivery pada pandemi Covid-19: Pengaruh consumer review, ease of transaction, dan celebrity influencer*. *Sibatik Journal*, 1(8), 1387–1398. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.180>
- Ulfa, N. S. (2012). Konsumsi Sebagai Penanda Kesejahteraan Dan Stratifikasi Sosial (Dalam Bingkai Pemikiran Jean Baudrillard). In *Forum* (Vol. 40, No. 1, pp. 34-41). Faculty of Social and Political Sciences Diponegoro University.
- Wolny, R. W. (2017). Hyperreality and simulacrum: Jean Baudrillard and European postmodernism. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(3), 75-79.
- Zikrifillah, T. S. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 247.