

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, R Wilya, and Yuliana. 2022. *Metode Penelitian Sosial*. ed. Paput Tri Cahyono. Batam: CV. Rey Media Grafika.
- Alkatiri, Sulaiha, Altjel L. Tumbel, and Ferdi Roring. 2017. “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square.” *Jurnal EMBA* 5(2): 1781–92.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16394>.
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amanda. “5+ Manfaat Instagram Untuk Promosi Bisnis Anda.” <https://www.niagahoster.co.id/blog/manfaat-instagram-untuk-bisnis/>.
- Ansori, Muslich, and Sri Iswati. 2009. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ltq0DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR8&dq=pengertian+hipotesis&ots=gLpKtmwP4q&sig=ZuAQIUkjS-WTjrYzQukhc97zH7w&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertianhipotesis&f=false.
- Asiani, Febri. 2020. *Persuasive Copy Writing Sebuah Seni Menjual Melalui Tulisan*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Astutik, Yuni. 2020. “Tak Kenal Maka Kenalan, Yuk Intip 5 Fitur Baru Grab.” *CNBN Indonesia*.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200207132920-37-136133/tak-kenal-maka-kenalan-yuk-intip-5-fitur-baru-grab>
 (October 8, 2023).
- Azizah, Mabarroh. 2016. “Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis Islam.” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 3(1): 37.
- Bachtiar, Ibrahim; Dini Salmiyah Fithrah Ali. 2021. “Pengaruh Iklan Grab # Kawanaman Terhadap Respon Khalayak the Influence of Grab Advertisement # Kawanaman on Audience Response.” 8(5): 1–9.
- Bakti, Umar, Hairudin, and Maria s. Alie. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi* 22(01).
- Berliando, Wahyu Aerico, N. Rahma, and Rahmawati. 2022. “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga Dan Electronik Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang).” 12(02): 2310–18.
- Candra, Komang Yoga Ade, and Ni Nyoman Kerti Yasa. 2023. *Event*

- Marketing, Ewom, Citra Merek Terhadap Niat Beli : Konsep Dan Aplikasi*. Badung, Bali: PENERBIT INTELEKTUAL MANIFES MEDIA.
- Damayanti, Sisca. 2017. "Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 9(1): 17–34.
- Dr. Asep Hermawan, M.Sc. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. eds. Abubakar Arif and Wibowo. Jakarta: PT. Grasindo.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E, M.M. 2020. *KOMUNUKASI PEMASARAN*. eds. Buchari and Alma. Jawa Timur: Qiara Media.
- Dr. Ratna Candra Sari, M.Si., CA. 2018. *AKUNTANSI KEPERILAKUAN - Teori Dan Implikasi*. eds. Vinda Puspasari R, Ferryan Nugroho P, and Anindhita Raras. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Dr.Drs, Ismail Nurdin, M.Si, and M.Si Dra. Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. ed. S.HI Lutfiah. Syrabaya: Media Sahabat Cendekia.
https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_SOSIAL/tretDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+kernangka+berfikir&printsec=frontcover.
- Dr.H. Fajri Ismail, MPd.I. 2018. *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. ed. Mardilah Astuti. Prenada Media Group.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Untuk Menulis Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Enterprise, Jubilee. 2009. *Cara Cerdas Beriklan Dengan Google Adwords*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Eny Ernawati. 2016. "Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga Menurut Perspektif Ekonomi Islam." : 21–26.
- Febriani, Nufian S., and Wayan Weda Asmara. 2019. *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. ed. Tim UB Press. Malang: Tim UB Press.
- Ferichani, Minar. 2017. *Hedonisme Preferensi Dalam Mengonsumsi Daging*. ed. Mahfud. Yogyakarta: CV. Absolute Media.
- Firmansyah, and Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. ed. Ara Hidayat Machali, Imam. Jawa Timur: Qiara Media.
- Fitriah, Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. eds. Dwi Novidiantoko and Indah Nuraini. Yogyakarta.
- Grab. 2020. "#KawanAman Selalu Menjaga, Yuk Jalan Bareng Kita!"
<https://www.grab.com/id/blog/kawanaman/>.
- . 2023. "About Us Grab ID." *Grab.ID*.

- <https://www.grab.com/id/about/> (October 8, 2023).
- Gunawan, Didik. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang Sidempuan, Sumatra Utara: PT. Inovasi Pratama International.
- H.Zainal Arifin, MA. 2018. *Psikologi Belajar Pendidikan Agama Islam*. ed. M.A H.M. Fauzi Lubis, Lc. Medan: Universitas Dharmawangsa Press.
- Harinie, Luluk Tri et al. 2023. *PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN*. ed. Miko Andi Wardana. Badung, Bali: Intelektual Manifes Media.
- Imam Mukti, S.Sos., M.I.Kom., and M.I.Kom. Nurdyansa, S.I.P. 2022. *Representasi Perempuan Dalam Iklan*. ed. Tiya Arika Marlin. Sumatra Barat.
- Indonesia, Grab. 2020. "8 Kelebihan Kirim Barang Lewat GrabExpress." *CNN Indonesia*.
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200929091732-190-552103/8-kelebihan-kirim-barang-dengan-grabexpress#> (October 8, 2023).
- Ivonne Ayesha et al. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. ed. Riyanto Wujarso. Padang, Sumatra Barat.
- Kemenag. 2013. "Surah An-Nisa' Ayat 29." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/4> (January 2, 2023).
- . 2023a. "Surah Al-Mutaffifin Ayat 26." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/83> (January 2, 2023).
- . 2023b. "Surah Al-Hujurat Ayat (6)." *Quran Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/49> (February 22, 2023).
- . 2023c. "Surah Al-Isra' Ayat 23." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/17> (January 2, 2023).
- . 2023d. "Surah Al-Isra' Ayat 28." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/17> (January 2, 2023).
- . 2023e. "Surah Al-'alaq Ayat 3-5." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/96> (January 2, 2023).
- . 2023f. "Surah An-NiSA' Ayat 5." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/4> (January 2, 2023).
- . 2023g. "Surah An-Nisa' Ayat 63." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/4> (January 2, 2023).
- . 2023h. "Surah An-Nisa' Ayat 9." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/4> (January 2, 2023).
- . 2023i. "Surah At-Taha Ayat 44." *Kemenag*.
<https://quran.kemenag.go.id/surah/20> (January 2, 2023).
- Kotler, Philip Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller*.

- KresnamurtiRivaiP, Agung, Suneni, and Ika Febrilia. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab." *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 10(1): 204–25.
- Kudus), Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus(Statistics of. 2023. "BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN KUDUS." <https://kuduskab.bps.go.id/indicator/12/43/1/jumlah-penduduk-kudus-menurut-jenis-kelamin.html>.
- Naabilaturrahman, Ananda, and Salim Siregar. 2022. "Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, Dan e-WOM Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Pada Followers Instagram @somethincofficial." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8(7).
- Nasional, Prosiding Seminar et al. 2022. "Pengaruh Electronic Wordof Mouth Dan Daya Trasportasi Online Gojek Di Kota Medan the Effect of Electronic Wordof Mouth and Advertisement on the Interest of Users of Gojek Online Transportation Services." 1(8124): 1–15.
- Nasuka, Moh. 2020. "Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai." *Bisei: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam* 5(1): 28–29. <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bisei>.
- Nawari. 2010. *Analiss Regresi Dengan MS EXEL 2007 Dan SPSS 17*. ed. Teguh Wahyono. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pakpahan, Andrew Fernando, Adhi Prasetio, Edi Surya Negara, and Kasta Guming. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. eds. Abdul Karim and Janner Simarmata. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pohan, M. Munawir, and Jeni Sukmal. 2020. "Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo)." *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 02(01): hal. 13-17.
- Prasetyo, Bambang D. et al. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. ed. Tim UB Press. Malang.
- Purnomo, Albert Kurniawan. 2019. *PENGELOLAAN RISET EKONOMI JADI MUDAH DENGAN IBM SPSS*. ed. Fitri Ani Rahmawati. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Putri, Ratu Ilma Indra, Jeri Araiku, and Novita Sari. 2020. *Statistik Deskriptif*. ed. Jeri Araiku. Palembang: Bening Media Publishing.
- Raharjo, Susilo, and Gudnanto. 2022. *Pemahaman Individu Teknik Nontes*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Rahmiaji, Lintang Ratri, and Tandiy Pradekso. 2021. "Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Intensitas Komunikasi Electronic

- Word of Mouth Terhadap Minat Bertransaksi Di Lazada.” *Interaksi Online* Volume 10(1): 13–23.
- Rengganis, Aysyah, Nana Harlina Haruna, Astrid Chandra Sari, and Joni Wilson Sitopu. 2021. *Penelitian Dan Pengembangan*. eds. Ronal Watrianthos and Janner Simarmata. Medan.
- Riiyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. ed. Ali Hasan Zein. Sleman: Deepublish Publisher.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. ed. Ika Fatria. Sleman: Deepublish Publisher.
- Sanana, Anita, Muslichah Erma W, and Enny Istanti. 2021. “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Electronic Word of Mouth (EWOM), Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pucelle Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Surabaya.” *Benchmark* 2(1): 11–24. <http://journal.febubhara-sby.org/benchmark/article/view/218>.
- Sartika. 2022. *Analisis Framwork S-O-R Mengenai Online Shopping Value Dan Web Satisfaction Terhadap Purchase Intentionf*. eds. Muhammad Fikri Aransyah, Dr. Finnah Fourqoniah, and Wira Bharata. Klaten, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. 2017. “Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi.” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 12: 4043.
- Simanjuntak, Bungaran Antonius. 2009. *Metode Penelitian Sosial (Edisi Revisi)*. ed. Anung H. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sinaga, Bona Aripin, and Sulistiono Sulistiono. 2020. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8(2): 79–94.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. ed. Suwito. Jakarta: Kencana———. 2017. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. ed. Suwito. Jakarta: Kencana.
- Sisca, Mariana Simanjuntak, Andriasa Sudarso, and Ernest Grace. 2021. *Pemasaran: Dasar Dan Konsep*. eds. Abdul Karim and Janner Simarmata. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Statista. “Sosial Media Dan Messenger Di Indonesia Pengguna Facebook Dan Instagram Di Indonesia Terbesar Ke-4 Di Dunia Mengalahkan Meksiko, Filipina, Rusia, Turki Dan Jepang.” <https://www.cuponation.co.id/magazin/indonesia-berada-pada-peringkat-ke-empat-pengguna-facebook-dan-instagram-terbanyak>.
- Sudarmanto, Eko, Arhdariksa Zukhruf Kurniullah, Rika Ferinia, and

- Marisi Butarbutar. 2021. *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. eds. Ronal Watianthos and Janner Simarmata. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sukoco, Sampir Andrian. 2018. *New Komunikasi Pemasaran: Teori Dan Aplikasinya*. ed. Fonititri Oktavia Pribadi. Jember, Jawa Timur.
- Sundahry et al. 2022. *Variabel Penelitian Bidang Pendidikan*. eds. Reza Meidiana and Yusuf Deni Kristanto. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Susesno, Muchlas. 2020. *Mengukur Minat Profesi Guru Instrumen Dan Teknik Validasi*. ed. Tim editor UNJ Press. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Suyono. 2018. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. ed. Herlambang Rahmadani. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Tingga, Chairul et al. 2022. *SENI PEMASARAN KONTEMPORER*. ed. Acal Sudirman. Bandung, Jawa Barat: Media Sains Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Seni_Pemasaran_Kontemporer/_ylgEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+ewom&pg=PR5&printsec=frontcover.
- Tonce, Yosef, and Yoseph Darius Purnama Rangga. 2022. *Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)*. ed. Kodri. Indramayu, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.
- Utami, Dian Arlupi, Moh. Samsul Arifin, Mahaza, and Wenny Desty Febrian. 2022. *KEWIRAUSAHAAN*. ed. Mila Sari. Padang, Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Veronica, Aries, Ernawati, Rasdiana, and Muammad Abas. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. eds. Rahmi Hidayanti and Salsabila Syafni Aulia. Padang, Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wulan. 2021. "Banyak Digunakan, Ini Keunggulan Pesan Makanan Lewat GrabFood." *Cerdasbelanja.id*. <https://cerdasbelanja.grid.id/read/522649186/banyakdigunaakan-ini-keunggulan-pesan-makanan-lewat-grabfood> (October 8, 2023).
- Yusniawati, Virda, and Ari Prasetyo. 2022. "Pengaruh E-Wom Dan Brand Image Terhadap Online Purchase Intention Fashion Muslim Pada Milenial Surabaya." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 9(1): 131.
- Yusuf, Ade. 2022. *Manajemen Pemasaran 1*. ed. Mada Akbar. Sumatra Barat: InsanCendekiaMandiri. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_1/UpGWEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Kotler+dan+Keller+\(2012:410\)&pg=PA32&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_1/UpGWEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Kotler+dan+Keller+(2012:410)&pg=PA32&printsec=frontcover).
- Yusuf, Muhammad, and Lukman Daris. 2019. *Analisis Data Penelitian*

Teori Dan Aplikasi Dalam Bidang Periklanan. ed. Ismail Marsuki.
IPB Press.

