

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, A., Khoiri, A. N., Dewi, N. R., Habiba, N. L., & Prastiti, W. (2023). Pengaruh Customer Review dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Mie Nyinyir Pada Aplikasi Shopee Food. *STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*, 124.
- Az-zahra, H. N., Tantya, 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.
- Azaria, P., & Sagala, J. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Marketplace Shopee Food (Studi pada konsumen ShopeeFood di Jakarta). *Journal Of Business Studies*, 7(2), 1–12.
- Azizah, K. N., Laksono, S. S. M., & Munawaroh, N. A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer rating, dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska-Kediri). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(6), 130–140.
- Databoks. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Databoks.
- Engler, T. H., Winter, P., & Schulz, M. (2015). Understanding online product ratings: A customer satisfaction model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 113–120.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2014). *Multivariate Data Analysis* (New Intern). New Jersey: Pearson.
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Istiqomah, M., & Mufidah, L. (2021). Pengaruh Review Service Menu dan Rating

- Menu terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Marketplace Shopeefood. *Jurnal Socia Akademika*, 7(2), 99–103.
- Karmila, M. S., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Prianka. Gallery Tasikmalaya). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 254–267.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition). New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kurniawan, B. (2021). Pengaruh Online Customer Reviews Dan Rating Terhadap Minat Pembelian Di Lazada. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 121–129.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of online product reviews from a consumer’s perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139–154.
- Licorice. (2020). *Indonesian Taste: the Spicier, the Better!* Licorice. <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-taste-the-spicier-the-better/>
- Momentum Works. (2023). *Food Delivery Platforms In Southeast Asia 2023*. <https://momentum.asia/product/food-delivery-platforms-in-southeast-asia-2023/>
- Nafisa, L. (2021). Analisis penjualan kuliner secara online melalui aplikasi. *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 13(1).
- Nasyidah, N., Nurhajati, N., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Shopee Food Di Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(12).

- Paujiah, S., Ahmad, A., & Mutiasari Nur Wulan, M. N. W. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood (The Effect of Product Photos and Customer Ratings on Purchase Decisions through GoFood Application). *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis (Rambis)*, 2(1), 79–87.
- Pradana, A. R., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). The Influence of Price, Promotion and Trust on ShopeeFood Purchase Decisions (Yogyakarta City Consumer Study). *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 4(1), 104–114.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi GrabFood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115.
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474.
- Rangsang, R. A., & Millayani, H. (2021). The Effect Of Online Consumer Review On Customer Purchase Decision Process In The E-commerce Site Bibli. com. *EProceedings of Management*, 8(6).
- Rumagit, M. F., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go Food Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4).
- Schepers, M. (2015). *The impact of online consumer reviews factors on the Dutch consumer buying decision*. University of Twente.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistio, L. C., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating serta Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran yang ada di GoFood. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1533–1540.
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce

- Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74.
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks (studi Pada Penonton Youtube Freeman Masks Collection Review Akun Suhay Salim). *EProceedings of Management*, 6(2).
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212–223.
- Zakiah, Z., & Trianita, M. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan ONline Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta Padang. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 21(2), 1–2.