

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, D. G. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN GOJEK DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i11.p09>
- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee food di D.I Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2), 13. <https://doi.org/10.35917/cb.v4i2.451>
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Ambartiasari, G., Yusuf, Z., Kasmaniar, Sarboini, & Amri, S. (2025). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(3), 1345–1351. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4094>
- APJII. (2025). *Survei Internet APJII 2025*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Armstrong, P. K. & G. (2012). *Principles of Marketing*.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. 89–98.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*.
- Databoks. (2025). *GrabFood, GoFood, and Shopee food Sales in Indonesia Increased in 2025*. <https://databoks.katadata.co.id/en/technology-telecommunications/statistiks/6997ed8e89309/grabfood-gofood-and-Shopee-food-sales-in-indonesia-increased-in-2025>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Review, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Kota Kupang. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 4(3), 2210–2220. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i3.1581>

- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Keller, P. K. & K. L. (2012). *Marketing Management*.
- Keller, P. K. & K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Komariyah, S., & Subiyantoro, H. (2023). KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Angkatan Tahun 2019-2020). 2(September), 2644–2659.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Global Edition, Edisi ke-15)*. Pearson Education (England/New York).
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kadir, K. (2015). *Online Product Reviews: Factors Influencing Consumers' Trust and Purchase Decision-Making*. [https://doi.org/10.15341/jbe\(2155-7950\)/09.06.2015/003](https://doi.org/10.15341/jbe(2155-7950)/09.06.2015/003)
- Latief, F., & Mokhtar, S. (2025). Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Shopee food melalui Kualitas Pelayanan, Promosi, Kemudahan penggunaan dan Online Customer Review. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 92–101. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v9i1.2035>
- Laurensius Panji Ragatirta, & Erna Tiningrum. (2020). 793-1562-1-Sm (1). *PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Mawardani, C. A., & Syarif, M. (2024). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Online Customer Review dan Rating pada Keputusan Pembelian Aplikasi Shopee*. 4(1), 183–190.
- Rahma-ti. (2009). *PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM BISNIS DI INDONESIA*. <https://citozcome.blogspot.com/2009/05/pemanfaatan-e-commerce-dalam-bisnis-di.html>
- Rakhman, A. (2023). *Steven & Rakhman, (2023)*. 1(1), 14–23.
- Risna Dwi Yuliani, Nur Hidayati, & Aprilia Dian Evasari. (2024). Pengaruh

- Online Customer Review dan Online CUsomer Rating terhadap keputusan pembelian pada Marketplace shope. *J-Mabes: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Bisnis Dan Studi Ekonomi Syariah*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.61181/j-mabes.v2i1.442>
- Sandra, A., & Novalia. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Mediasi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Bandar Lampung)*. 1–72.
- Shimp, T. A., & Craig, A. J. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Supriyanto, A., & Widiyanto, G. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41–55. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1249>
- Syafitri Maya Lisa, et al. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Pelayanan Jasa Gojek. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Manajaemen Dan Akuntansi*, 3(1), 283–296.
- Tjiptono. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*.
- Tjiptono. (2019). *Service, Quality & Satisfaction*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*.
- Tjipyono, F., & Chandra. Gregorius. (2016). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 4, 2016)*.
- Valant, J. (2015). *Online consumer reviews: The case of misleading or fake reviews*.
- Wibowo P. A., V. D. (2025). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman Menggunakan Aplikasi Gojek Fitur Gofood berbasis aplikasi pun tercipta , ada beberapa aplikasi layanan jasa transportasi online salah terdapat banyak fitur layanan jasa trans. 4*.