

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiniingsih, 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*, IV, 16.
- Amruddin, & et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo: Penerbit Pradina Pustaka.
- Anwar, S. (2020). Gaya Hidup dan Perilaku Kaum Urban Pekerja Kelas Menengah Jakarta di Era Global. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis*, 5, 30.
- Atmoko, D. T., & Rudarti. (2021). *Geografi untuk SMA/MA Kelas X*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Azied, F. U. (2022). Sistem Magang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan. *Repository UIN Jakarta*, 55.
- Blattberg, R. C., & Neslin, S. A. (1990). *Sales Promotion: Concepts, Methods, and Strategies*. Englewood Cliffs: NJ: Prentice Hall.
- Budiarto, E. (2013). *Pengantar Epidemiologi*. Jakarta: EGC.
- Chen, Y., Fay, S., & Wang, Q. (2020). The Role of Online Customer Reviews in Product Sales: An Empirical Investigation of the Moderating Effect of Review Credibility and Product Type. *Journal of Marketing Research*, 57(3), 567-583.  
doi:<https://doi.org/10.1177/0022243720904118>
- Clow , K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (9th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Danial, & Wasriah. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah. *Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI*.
- Dewi, F. E., & et al. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Stie Cendekia Bojonegoro Angkatan 2017). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, I, 1-10.
- Engler, T. H., & et al. (2015). Understanding online product ratings: A customer satisfaction model. *Journal of Retailing and Consumer* , 113–120.
- Farki, A. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. *ITS Repository*, 59-107.
- Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: Mitra Grup.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill.
- Gunawan, A. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian dalam Pemasaran Layanan Pesan Antar Makanan Secara Online. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 123-130.
- Hardani, Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Hartanto, A. B. (2022). Pengaruh Rating, Sales Promotion dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian di Shopee. *Repository Musi Charitas Chatolic University*, 14-34.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. Padang: Inovasi Pratama Internasional.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of interactive marketing*, 38-52.
- Herwin, & Ferryal Abadi. (2018). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3, 359.
- Hidayat, A. A. (2021). *Cara Mudah Menghitung Besar Sampel*. Surabaya: Health Books Publishing.
- Khammash, M., & Griffiths, G. H. (2011). Electronic Word-Of-Mouth: Antecedents Of Reading Customer Reviews In Online Opinion Platform: A Quantitative Study From The UK Market. *International Journal of Information Management*, 31(1), 79-87. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.10.005>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12nd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13rd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2016). *Marketing Management*. Edinburgh: Pearson Education.
- Kusumawardhani, S. (2022, Juni 15). *Centre for Strategic and International Studies*. Retrieved from Tenggara Strategics.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of online product reviews from a consumer's perspective. *In Advances in economics and business*, 1(1).
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business. Horizon Research Publishing*, 1.

- Lee, N. R., & Kotler, P. (2020). *Social Marketing Behavior Change for Social Good* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Maharani. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint di Shopee Pada Pelanggan Implora Cosmetics di Desa Bangun Sari. *Repository Medan Area*, 1-42.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik : Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Park, D. H., & Lee, J. (2009). E-Word-of-Mouth: Motivations for and Impact of Online Recommendations. *Journal of Consumer Research*, 40(1), 11-19.  
doi:<https://doi.org/10.1086/598938>
- Paujiah, S., & et al. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood (The Effect of Product Photos and Customer Ratings on Application). *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis (Rambis)*.
- Rachman, M. (2015). *5 Pendekatan Penelitian*. Yogyakarta: Magnum Pustaka.
- Ramdhani, G. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dan Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Pada Matahari Department Store Cabang Arion Mall). *Repository STIE Indonesia*, 4.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rarung, J., & et al. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Customer Trust Terhadap Customer Purchase Decision Fcoffee & Roastery Manado. *EMBA*.
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Indramayu: CV Adanu Abimata.
- Rudini, A., & Azmi, R. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif*. Malang: AE Publishing.
- Samsiyah, S. (2023). *Perilaku Konsumen*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Schepers, M. (2015). The impact of online consumer reviews factors on the Dutch consumer buying decision. *University of Twente*, 4.
- Shafa, P. M. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee. *Repository STIE Indonesia*, 4-20.
- Shidieq, F. M. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Milenial Kota Bandar Lampung Pada Aplikasi Shopee. *REPOSITORY INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA*.
- Simbolon, I., & et al. (2023). *Biostatistik*. Cirebon: CV Green Publisher Indonesia.

- Sirait, N. E. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Tokopedia. *Digital Repository Universitas Medan Area*, 7-54.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suyudi, T. I. (2023, February 8). *Digital: It Works*. Retrieved from It Works: <https://www.itworks.id/57292/survei-jumlah-dan-nilai-layanan-pesan-antar-makanan-online-di-indonesia-meningkat.html>
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media.
- Taufiqurrohman, M. F. (2022). Pengaruh Promosi, Rating Produk dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Gofood (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen*.
- Trianawati, F. M. (2022). Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Repository Muhammadiyah University of Ponorogo*, 2-26.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wahjusaputri, S., & Purwanto, A. (2022). *Statistika Pendidikan Teori dan Aplikasinya*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.
- Widiyarti, & Suranto. (2019). *Konsep Mutu dalam Manajemen Pendidikan Vokasi*. Semarang: Alprin.
- Zein, B. K., & dkk. (2023). Dampak Kehadiran Jasa Pesan Antar Makanan Pada Mahasiswa Kos UNPAD Berdasarkan Perspektif Teori Kontrol. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 112.