

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Diambil Kembali Dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Agustyan, R., & Baehaqi, M. (2020). Analisis Pengaruh Online Consumer Review, Warranty Product, Dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Smartphone Xiaomi Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, & Akuntansi, Vol 2, No.2*, 240-250.
- Aisyah, Fitri, A., & Syahbudin, F. (2021). Analysis Of The Effect Of Price And Product Reviews On Online Purchase Decisions Through Shopee In The Midst Of The Covid-10 Pandemic. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol 9, No. 2*, 17-45.
- Alsa, D. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Lazada Di Kota Bandung). *Universitas Telkom*.
- Anjarini, A. D., Mulyapradana, A., Elshifa, A., & Khafidzin. (2021). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada UMKM Jamaluddin. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan, Vol 1, No. 3*, 66-77.
- Annur, C. M. (2022). *Ini Sederet Pertimbangan Konsumen Memilih Tempat Pesan Makanan Online*. Retrieved From <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/30/Ini-Sederet-Pertimbangan-Konsumen-Memilih-Tempat-Pesan-Makanan-Online> (Akses : 20 November 2022)
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. (Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 8, No. 2*, 1-11.
- Bahari, M. F., & Dermawan, R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *Journal Of Management & Business*, 100-108.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Cahyono, Y. T., & Wibawani, I. D. (2022). Pengaruh Harga, Online Customer Review, Dan Online Customer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Seminar Nasional HUBISINTEK, Vol 2, No. 1*, Page 867-874.
- Catriana, E. (2021). *Survei: 73 Persen Konsumen RI Menilai Belanja Online Lebih Mudah Dibandingkan Belanja Di Toko*. Retrieved From Kompas.Com:

[https://Money.Kompas.Com/Read/2021/12/06/180445726/Survei-73-Persen-Konsumen-Ri-Menilai-Belanja-Online-Lebih-Mudah-Dibandingkan](https://money.kompas.com/read/2021/12/06/180445726/survei-73-persen-konsumen-ri-menilai-belanja-online-lebih-mudah-dibandingkan)

- Databoks Katadata. (2020). *Pesan Makanan Online Jadi Pengeluaran Terbanyak Konsumen Saat Pandemi*. Retrieved From Databoks: [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2020/10/12/Pesan-Makanan-Online-Jadi-Pengeluaran-Terbanyak-Konsumen-Saat-Pandemi](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/12/pesan-makanan-online-jadi-pengeluaran-terbanyak-konsumen-saat-pandemi) (Akses : 10 Mei 2023)
- Databoks Katadata. (2021). *Belanja Makanan Mendominasi Pengeluaran Konsumen Pada Kuartal I-2021*. Retrieved From Databoks: [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/06/25/Belanja-Makanan-Mendominasi-Pengeluaran-Konsumen-Pada-Kuartal-I-2021](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/25/belanja-makanan-mendominasi-pengeluaran-konsumen-pada-kuartal-i-2021) (Akses : 20 November 2022)
- Databoks Katadata. (2021). *Lewat Marketplace UMKM Terbantu Pasarkan Produk Saat Pandemi COVID-19*. Retrieved From Databoks: [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/05/05/Lewat-Marketplace-77-Umkm-Terbantu-Pasarkan-Produk-Saat-Pandemi-Covid-19](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/lewat-marketplace-77-umkm-terbantu-pasarkan-produk-saat-pandemi-covid-19) (Akses : 10 Mei 2023)
- Databoks Katadata. (2022). *Barang Atau Jasa Yang Paling Sering Dibeli Responden Saat Belanja Online (2022)*. Retrieved From Databoks: [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/04/22/Ini-Deretan-Barang-Yang-Paling-Sering-Dibeli-Masyarakat-Saat-Belanja-Online](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online) (Akses : 19 November 2022)
- Databoks Katadata. (2022). *Riset: Grabfood Kalah Populer Dibandingkan Gofood Dan Shopeefood*. Retrieved From Databoks: [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/16/Riset-Grabfood-Kalah-Populer-Dibandingkan-Gofood-Dan-Shopeefood](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/riset-grabfood-kalah-populer-dibandingkan-gofood-dan-shopeefood) (Akses : 19 November 2022)
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Vol. 2 No. 1*, 22-26.
- Frederick Alvi Herzegovino Sianipar, D. E. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management, Vol 10 No 4*, 2337-3792.
- Gavilan, D., Avello, M., & Navarro, G. M. (2017). The Influence Of Online Ratings And Reviews On Hotel Booking Cosideration. *Tourism Management*, 53-61.
- Gojek. (2022). Retrieved From [https://Www.Gojek.Com/Id-Id/](https://www.gojek.com/id-id/)
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). 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 Vol. 9, No. 2*, , 234-239.

- Hartini. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hendra Poltak, Sumarsih, Sri Hastutik, Dewi Sartika, Muhammad Hasan, Aditya Wardhana, Astil Harli Roslan, Nur Latifa Isnaini Putri, Limgiani, Hariyanto R. Djabatola Djampangau, Sri Mulyana, Endang Gunaisah. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen, Vol 10, No. 2*, 133-140.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Iprohati, S. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Pada CV. Ikhtiar Mandiri Palembang. *Universitas Tridianti Palembang*.
- Ipsos Global Trends 2021: Belanja Online Dan Produk Lokal Dominasi Pilihan Konsumen. (2021). Diambil Kembali Dari Ipsos.Com: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-12/5bpress%20Release%5D%20Ipsos%20Global%20Trends%202021%20-%20Belanja%20Online%20dan%20Produk%20Lokal%20Dominasi%20Pilihan%20Konsumen%20Indonesia.Pdf> (Akses : 18 Desember 2022)
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Manajemen Vol 12*, 288-298.
- Kaur, P., & Amandeep Dhir, S. T. (2020). The Value Proposition Of Food Delivery Apps From The Perspective Of Theory Of Consumption Value. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management, Vol 33 Issue 4*, 1129-1159.
- Kiki Safitri. (2021). *Survei: Digitalisasi Makin Cepat, 86 Persen UMKM Responden Beralih Ke Marketplace*. Retrieved From Kompas.Com: <https://money.kompas.com/read/2021/05/03/200749826/survei-digitalisasi-makin-cepat-86-persen-umkm-responden-beralih-ke?page=all> (Akses : 22 Februari 2023)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing 17th Edition*. London: Pearson Education .
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Edinburgh Gate, Harlow, England: Pearson Education .

- Kusnawan, A., & Dkk. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial Di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen, Vol 5 No. 2*, 137-160.
- Measurable AI. *Laporan Pengiriman Online Asia 2019-2022*. (2022). Diambil Kembali Dari Measurable Ai: [https://www-measurable-ai.translate.google.com/en-us/asia-food-delivery-report/?\\_X\\_Tr\\_Sl=en&\\_X\\_Tr\\_Tl=id&\\_X\\_Tr\\_Hl=id&\\_X\\_Tr\\_Pto=sc](https://www-measurable-ai.translate.google.com/en-us/asia-food-delivery-report/?_X_Tr_Sl=en&_X_Tr_Tl=id&_X_Tr_Hl=id&_X_Tr_Pto=sc) (Akses : 22 Februari 2023)
- Moh. Fajar Bahari, R. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. *SEIKO : Journal Of Management & Business*, 100 - 108.
- Mulyana, S. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mulyono, H. (2021). Online Customer Review And Online Customer Rating On Purchase Intention In Online Shop. *International Journal Of Research And Review, Vol. 8 Issue.1*, 169-174.
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Purwokerto: UM Purwokerto Press.
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 101-111.
- Priyastama, R. (2020). *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: START UP.
- Purwandani, S., & Dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putri, O. M. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee*. Retrieved From Open Library Telkom University: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16470>
- Regina, R., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. (2021). The Effect Of Online Customer Review And Promotion Through E-Trust On The Purchase Decision Of Bukalapak In Medan City. *International Journal Of Research And Review*, 236-243.
- Ridwan, & Bangsawan, I. (2021). *Konsep Metodologi Penelitian Bagi Pemula*. Jambi: Anugerah Pratama Press.
- Riska, C. F., Nabilah, I., F.N, J. L., & Kholipah, P. D. (2022). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee. 1-17.

- Rizaty, M. A. (2021). *Inilah Provinsi Yang Paling Banyak Jumlah Restorannya*. Retrieved From Databoks: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/05/05/Inilah-Provinsi-Yang-Paling-Banyak-Jumlah-Restorannya#:~:Text=Jawa%20Barat%20menjadi%20provinsi%20dengan,Tengah%20yang%20memiliki%207.458%20restoran.> (Akses : 10 Mei 2023)
- Sartika, D. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, Vol. 4 No. 1, 46-53.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran (Teori & Implementasi)*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, L., Zhao, Y., & Ling, B. (2020). The Joint Influence Of Online Rating And Product Price On Purchase Decision: An EEG Study. *Journal Psychology Research And Behavior Management*, 291-301.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Syachreza, Y. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Aplikasi E-Commerce Shopee. *Universitas Telkom*.
- Syahputra, E. (2022). *Goto IPO, Survei Sucor Sekuritas: Gofood Masih Pemimpin Pasar*. Retrieved From CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220323143003-37-325321/goto-ipo-survei-sucor-sekuritas-gofood-masih-pemimpin-pasar> (Akses : 19 November 2022)
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valuta*, Vol. 3 No. 2, 276-289.
- Wardhana, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect Of Marketing Mix On Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 164-176.