

DAFTAR PUSTAKA

- 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. 4(2), 13–30.
- Ananda, D., & Andriani, N. (2024). Pengaruh *Online Customer Rating dan Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Bakoel Camilan Melalui *Gofood*. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(4), 591–603. <https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.21414>
- Anisa, D. F., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh *Brand Image, Promotion, dan Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan Cabang Manyar Di *Platform* ShopeeFood. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(2), 1–16.
- Azaria, P. A., & Sagala, J. B. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada *Marketplace* ShopeeFood (Studi pada konsumen ShopeeFood di Jakarta). *Journal of Business Studies*, 1(1).
- Elwalda, A. (2016). *The Impact of Online Customer Reviews (OCRs) on Customers ' Purchase Decision*. *Journal of Customer Behaviour*, 44(2), 123–152.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh *Online Customer Review dan Rating* terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada *Online Marketplace* di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Ferry, Y., Ivanna, C., & Winarti, E. (2023). Keputusan Pembelian. Serang, Banten
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh *Brand Image, Online Customer Review dan Promotion* terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26*, Edisi 10. Semarang: UNDIP
- Graciafernandy, M. A., & Almayani, R. N. (2023). Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating dan Online Promotion* terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Shopee. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1), 97–106. <https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1800>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta., 21(134), 31–38.

- Kadimi, S. A., Nurhidayah, & Anwarudin, M. K. B. (2024). Pengaruh *Voucher Diskon*, Kemudahan Penggunaan dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Menggunakan *Online Food Ordering* Pada Gen Z Di Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 627–638.
- Koagouw, N. V, Silvya L, M., & Karuntu, M. M. (2024). Pengaruh *Price Discount*, *Online Customer Review* dan *Digital Payment Method* terhadap Keputusan Pembelian Melalui Layanan GoFood Pada Masyarakat Kelurahan Malalayang 1 Timur. *Jurnal Emba*, 12(3), 278–288.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kusumar, M. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Shopee. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 2(2), 405–423. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i2.849>
- Martini, L. K. B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022). *Online Customer Rating* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>
- Nuril H.Mz, N. S., Rachma, N., & Rahmawati, T. S. (2023). Pengaruh, Kemudahan Pengguna, *Online Customer Rating* Dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Pada Gofood (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan Tahun 2020). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Oktaviana, P. M., Sarah, S., & Wijaya, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Basreng Sultan Bandung. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 126–142. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i1.1630>
- Prakoso, D. A., Wahono, B., & Hardaningtyas, R. T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Customer Trust*, Dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Customer Shopee di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 11(11), 60–67.
- Priangga, I., & Munawar, F. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 399–413. <https://doi.org/10.33197/jbme.vol19.iss2.2021.815>
- 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. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.298>

- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta.
- Septyadi, M. A. K., Mukhayati, S., & Nujiyatillah, S. (2022). *Literature Review* Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Simamora, V., & Maryana, D. (2023). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *Cakrawala*, 6(2021).
- Siregar, A., Hasibuan, M. I., Amin, M., Harahap, J. M., & Elvisyahfri, S. P. (2022). Pengaruh *Rating* Dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Al-Washliyah Labuhanbatu). *Jurnal EK&BI*, 5(2), 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.699>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung.
- Wicaksono, M. A. (2025). *Pengaruh Flash Sale , Product Variations , Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Layanan Aplikasi Go-Food di Kota Bandar Lampung. 2023, 447–456.