

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Damayanti, S. (2023). Peran rating dan review terhadap minat beli ayam bakar bu emi di shopee food. *Simposium Manajemen Dan Bisnis(simanis)* dan Call for Paper, 2, 1145–1153.
- Agnia, S., & Oktini, D. R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Aina, A., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh fitur grabfood, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada pengguna aplikasi grab di kota medan. *Jurnal Mahkota Bisnis(Makbis)*, 2(1).
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). The impact of drugstore makeup produt reviews by beauty vlogger on Youtube towards purchase intention by undergraduate students in Indonesia. *International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Science* (Vol. 3, No. 1, pp. 264-272)
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran (Dasar, konsep & strategi)*. Grafindo.
- Farki, A., & Baihaqi, I. (2016). Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), A614-A619.
- Fatharani, A. P., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh promosi penjualan dan iklan terhadap minat beli Grabfood Kota Bogor (Studi pada konsumen GrabFood Kota Bogor). *E-Proceeding of Management*, 10(1).
- 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*, 2(1), 21-26.
- Ferdinand, A. (2015). *Metode penelitian manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 67–83.
- Gabrielaa, Y., & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap minat beli pelanggan e-commerce. *JURNAL JEMPPER*, 1(1), 121-125.
- Giri, G., Prianika, P., & Bertuah, E. (2023). Pengaruh rating, review konsumen online

dan promosi penjualan terhadap niat beli pada aplikasi Gofood. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 2(3), 565–590.

Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen pemasaran* (2nd ed.). BPFE-Yogyakarta.

Greini, R., Tanjung, D., & Rahayu, L. (2023). Promosi dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(4), 188–200.

Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat beli di marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.

Hartono, R., & Zaki, M. (2020). *Promosi dan minat beli: Teori dan praktik dalam pemasaran*. Alfabeta.

Holdenianda, L. Z., & Achsa, A. (2022). Harga, promosi, kredibilitas, kualitas website, dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli makanan menggunakan jasa grabfood. *Journal of Management Studies*, Vol, 16(2), 160–169.

Jr., J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of marketing*. Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Pretience Hall.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen pemasaran*. Edisi 15. England: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management*. Edisi 16. United States: Pearson Education.

Kurniawan, H. (2018). Pengaruh penempatan produk, kesadaran merek, dan citra merek terhadap minat beli smartphone OPPO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (Studi kasus pada smartphone OPPO di program Ini Talkshow NET TV). *Jurnal Ekonomi*, 6, 38–64.

Maulana, F. (2022). *Pengaruh price discount dan rating produk terhadap minat beli*.

Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). Research note: What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon. com. *MIS quarterly*, 185-200.

Ningsih, E. S. P. (2019). *Pengaruh rating dan online customer review terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace Shopee*. Universitas

Muhammadiyah Surakarta.

- Nugraha, A., Putra, I., & Sari, D. (2017). Customer review dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 9(3), 75–89.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (Cet. 1). Alfabeta.
- Putra, A. P., Maharani, N., & Akbar, M. M. (2023). Pengaruh kualitas makanan dan ulasan online terhadap niat beli di Kopi Janji Jiwa Permata Cimahi pada aplikasi Gofood. *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 3, No. 1, pp. 57-64)
- Putra, D. K., & Lusia, A. (2022). Pengaruh promosi, lokasi, ulasan produk, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap minat beli ulang di shopeefood. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, (Vol. 2, pp. 375–385).
- Sari, W. H. P. (2022). *Pengaruh promosi, online customer review, dan online customer rating terhadap keputusan pembelian (Studi pada pengguna marketplace Shopee di Indonesia)*. Universitas Lampung.
- Sugiyanto, E., Yoeliastuti, & Evalina. (2023). *Efektifitas promosi dan harga terhadap minat beli online pada grabfood di jakarta 1*. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 610–620.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- 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. *EProceedings of Management*, 6(2), 4412–4420.
- Taufiqurrohman, M. F., Widarko, A., & ABS, M. K. (2022). Pengaruh Promosi, Rating Produk dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan Gofood (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(21).
- Utomo, S. S., & Hidayah, N. (2023, August). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pengguna Layanan Shopee Food Di Kota Magelang). In *UMMagelang*

Conference Series (pp. 802-806).

Wicaksana, A., Sari, L., & Pratama, J. (2022). Rating sebagai bagian dari review: Penggunaan simbol bintang dalam mengekspresikan pendapat pelanggan. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pemasaran*, 15(2), 110.