

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Permana, Ade Indra. “Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak,” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 25, no. 2 (2020).
- A karim, Adiwarna. “*Ekonomi Mikro Islami*” (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014).
- Ahmad Farki, Imam Baihaqi dan Berto Mulia Wibawa. “Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia.” *Journal Article Teknik ITS* 5, No. 2 (2016)
- Algifari, “*Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*” Edisi 2, (Yogyakarta : BPFE, 2000).
- Alquran, QS Shad ayat 26, AlQuran dan Terjemahannya (Jakarta: Departemen Agama RI, Pustaka Assalam, 2010).
- Tobagus, Anita. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna di Situs Tokopedia,” *Journal Article Agora* 6, No. 1 (2018).
- Tirta Komara & Anton. “Keterkaitan E-Servive Quality dan E-Recovery Service Quality Maskapai Penernangan Air Asia dengan Menggunakan Structural Equation Modelling,” *Journal Combis* 8, No. 2 (2014).
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A, “Pengaruh kualitas website, Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee,” *Journals Of Economics and Business* 2, No.1 (2022).
- Nugroho E, Arifin, S. R. & Hantono, B. S. (2015, Juli). “Analisis Kualitas Layanan Website Universitas Hasanuddin dengan Metode WebQual 4.0 Modifikasi” *Jurnal Teknomatika*.
- Ardianti Asri Nugrahani dan Widiartanto. “Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. Semarang”: *ejoernal3.undip.ac.id*, 2019.
- Hani Handoko dan Basu Swasta, “*Manajemen Pemasaran: Analisis. Perilaku Konsumen*”. (Yogyakarta: Liberty, 2011).
- Saebani Beni Ahmad, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*. (Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2015).
- Srikandi Kumadji Bimo, Edy, dan Srikandi Kumadji. “Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Mahasiswa S1

- Universitas Brawijaya yang Melakukan Transaksi Pembelian Online Dengan Mobile Application Tokopedia)", Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38, 2016.
- Alma Buchari. "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa." (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Gunawan Ce. "Mahir Menguasai SPSS panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Editions Buku Untuk Orang yang Merasa tidak Suka dan tidak Bisa Statistika." (Yogyakarta : Deepublis, 2020).
- D. S. Y, Cheng. "An Analysis of Customer Switching Internet Banks in Hong Kong", *The Journal of Global Business Management*, 2012, Volume 8 * Number 2. August.
- Christian, T. L., Jaya, D., & Rulyna. Impact of English Online Learning Website Quality to User Satisfaction in Jakarta. *International Conference on Information Management and Technology* (Yogyakarta: IEEE, 2017), (pp. 278-283).
- Databoks survei nilai transaksi terbanyak, diakses pada 20 oktober,2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-nilai-transaksi-gofood-lebih-besar-dari-shopeefood-dan-grabfood>, diakses pada 27 agustus 2023.
- Priyatno, Duwi Priyatno. "Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS", (Yogyakarta: Penerbit Media Kom, 2010).
- Syamsuri dan Eka Virawati. "Pengaruh Store Image , Online Costumer Review Dan Promosi Twerhadap Keputusan pembelian Pada Markletplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening," *Jounal Bisnis dan Menejemen* 6, no.2 (2020): 102
- Badroen, Faisal. "Etika Bisnis Dalam Islam", Jakarta: Kencana, 2006.
- Gregorius Chandra Fandy dan Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. "Service, Quality & Satisfaction," Edisi 4, (Yogyakar: ANDI, 2016).
- Wibawa, B. M Farki, A., Baihaqi, I. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia" *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 2016.
- Sendhang Nurseto, Gadhang, Paangenggar, Wahyu Hidayat, 2019. "Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian" (studi kasus pada konsumen Warung Kopi Tunjang Café And Restaurant, Semarang, Vol. 2 No. 1
- Davis, S, *Introduction to* dan Goetsch D.L. "Total Quality, Quality, Productivity, Competitiveness, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc," 1994.
- Muhammad Syakir sula dan Hermawan kartajaya. *syariah marketing* (bandung: PT mizan pustaka, 2006).

- Ghozali, Imam. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5),”* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).
- I. R Jeko. *“Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia,”* Liputan6.com, 01 Desember, 2015, diakses pada 25 Oktober, 2023, <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopeeaplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>.
- Ardianto Kohwin, Fania Putri Nuriska dan Lia Nirawati, *“Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Shopee,”* Jurnal Manajemen Ubhara, 2 No. 2, (2020).
- Keller dan Kotler. *“Manajemen Pemasaran”* Jilid I. Edisike 13 (Jakarta: Erlangga, 2008).
- Kotler, Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* (Jakarta : Erlangga, 2006).
- Kurniawan. *“Pengaruh Online Customer Review dan Rating Menu Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online di Lazada”* Ilmiah Bisnis Manajemen Dan Akuntans, 2(1), 121–129.
- Goodhue, D. L dan Loiacono, E. T., Watson, R. T. WebQual: A Measure of Website Quality, American Marketing Association, 2010, *journal Marketing Theory and Applications* (pp. 432-438).
- Machfoedz, Mas’ud. *“Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implmentasi Edisi Kedua,”* (Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta, 2015).
- Masrukhin, *“Metode Penelitian Kuantitatif,”* (Kudus: Media Ilmu press, 2010), 183-184, *Statistik I Berbasis Komputer Ekonomi Islam*, (Kudus : MEDIA ILMU PRESS, 2015).
- Melanesia, *“Pengaruh kualitas website dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian melalui Marketplace Tokopedia,”* Journal Ecobisma 3, No. 1 (2016)
- Mhijanto, *[“Assessing the Impact of COVID-19 on the Southeast Asian E-commerce Marketplaces in 2020”](#)*. M2 Insights (dalam bahasa Inggris), Diakses tanggal 25 oktober 2023.
- Sari Eulandari dan Toni Hidayat Nesya Endririzky Suryantho, sari Eulandari dan Toni Hidayat, *“pengaruh Review Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap keputusan pembelian Secara Online Dilazada Pada Masyarakat Milenial Desa PatumbakKampung,”* Journal Ilmu Manajemen dan Kwirusahaan 2, no.1.

- Sarmis Novita, “*Pengaruh Online Consumer Review Dan Online Consumer Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Beli Konsumen Pada Desa Sialang Jaya, The Authors.*” Published by Cano Ekonomos, 2019.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1999)
- Anoraga Pandji, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Rhineka Cipta, 2004).
- Parasuraman, A. Zeithaml., Valerie, A., Berry, Leonard L, Servqual : *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, 1988, Vol. 64 No.1,
- Pra Observasi pada mahasiswa UMK Kudus Pengguna Shoppe Food pada Tanggal 22 Agustus 2022.
- Imroatul Khasanah dan Ranny Chendradewi. “*Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud)*” Jurnal Manajen, Vol.5 No.4, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016).
- Suryani, A dan Rifai, A. “*Peran Customer Perceived Value Pada Kepuasan Pelanggan Tiket Online.*” E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, 2016.
- Damayanti Rizka Sri. “*Pengaruh Online Consumer Review dan Rating, EService Quality da Price Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee,*” *Prosiding 2nd Bussiness and Economic Conference In Utilizing of Moderen Technology*, 2019.
- Purnomo Rocmat Aldy.”*Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 121”.
- Azwar Saifudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997.
- Schultz, D., & Cook, C. *Beginning HTML with CSS and XHTML: Modern Guide and Reference*. (New York: Apress, 2007).
- Riyanto Selamat dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Menejemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen,*”.
- Shopee, “*Shopee 10.10 Brands Festival - Super Brand Day Setiap Hari,*” Shopee.id, diakses pada 25 Oktober, 2023. <https://www.shopee.co.id/>.
- Sofjan, Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Winda Kartika, Sonia Aftika dkk. “*Pengaruh Rating, Review belanja di Shopee Terhadap Minat Beli,*” *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 2020.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2014).
- Sustina, *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003).
- Siregar Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.
- Tenggara Strategics [Survei: Nilai Transaksi GoFood Lebih Besar dari ShopeeFood dan GrabFood \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id),” 16 juni 2022 diakses 27 november 2022.
- Utami, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006).
- Sujarweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABARPRESS, 2015).
- Vania I, *Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli*.
- Yuniarti Vinna Sri, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)
- Mooduto, Yuhefizar & Hidayat, R, *Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla Edisi Revisi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), 87.
- Lubis Yusniar dkk, *Manajemen Dan Riset*, Bandung : ALFABETA CV, 2018.
- Bafadhal, Yustisi, Suharyono. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Perceived Value dan Ecustomer Satisfaction (Survei Pada Pelanggan Go-Ride Yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek Di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 61, 2018, No. 1.
- Zakky Fahma Auliya, Moh Rifqi Khairul Umam dkk. “Online Consumer Review Dan Rating: Kekuatan baru pada Pemasaran Online Di Indonesia,” *Jurnal Ebbank*, 2017.
- Valerie A. Zeithaml, Leonard Berry, and A. Parasuraman, “The Behavioral Consequence Of Service Quality,” *Journal of Marketing*.