

DAFTAR PUSTAKA

Afika, S., Kartika, W., Widayarsi, S., & Sanjaya, V. F. (2020). PENGARUH RATING REVIEW BELANJA DI SHOPEE TERHADAP MINAT BELI (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 33(2). Retrieved from <https://ejournal.stieibbi.ac.id/index.php/jmb/article/view/177>

Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Loyalitas konsumen melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656>

Arfianto, A. (2006). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Intensi Pembelian (Studi Kasus: Pada Pelanggan Produk Bandeng Presto Di Toko*. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&scioq=Yustina+Aryani%2C+2018&q=Agung++Arfianto++%282006%29++&btnG=

Aryandi, J., & Onsardi. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127. Retrieved from <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/download/12/12>

Aryani, Y. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. Retrieved from <https://repository.usd.ac.id/32446/1/142214126.pdf>

Dellarocas, C., & Wood, C. A. (2008). The sound of silence in online feedback: Estimating trading risks in the presence of reporting bias. *Management Science*, 54(3), 460–476. <https://doi.org/10.1287/MNSC.1070.0747>

Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). PERAN KEPUASAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG PADA GO-FOOD DI FEB UNUD. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5197. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p01>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). Global Edition (Vol. 15E)*.

Lutfiah, E. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Aplikasi Go-Jek Fitur Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), 24. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/45572>

Nurani, E., & Haryanto, J. O. (n.d.). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality Dan Product Characteristics Dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi pada Iklan Kuku Bima. *Journal.Binus.Ac.Id*, 2(2), 104–125. Retrieved from <https://journal.binus.ac.id/index.php/JBSE/article/view/197>

Porter, M. (2008). *On competition*. Retrieved from <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=58BaPqkbYZAC&oi=fnd&pg=PR10&dq=porter+on+competition&ots=whdkh462CS&sig=tde1vk6CTUVMLU8Jss9MAZtcL5c>

Pristiyanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Keberhasilan Aplikasi Mobile dalam Bisnis Start-Up Pada PT. Go-Jek Indonesia. Retrieved from <https://repository.usd.ac.id/9614/2/142222205.pdf>

Saputra, R. H. (2018). Tren Penggunaan Aplikasi Go-Food Dalam Pemesanan Produk Ayam Olahan Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Doctoral Disertation*. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&scioq=Yustina+Aryani%2C+2018&q=Rylo+Herdiansyah+Saputra+%282018%29&btnG=

Setyorini, Y. D. (2021). *PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN AKSES, DAN DISKON TERHADAP LOYALITAS KONSUMENIMPULSIF PENGGUNA APLIKASI SHOPEE PADA* Retrieved from <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/17955/>

Soderlund, M., & Ohman, N. (2003). Behavioral Intentions in Satisfaction Research Revisited. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 16, 53–66. Retrieved from <https://search.proquest.com/openview/b9be82bf8d46733d86eaf5ff23b7c43c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=46531>

Tjiptono, F. (2019a). Pemasaran jasa. Retrieved from http://repo.unikadelasalle.ac.id/index.php?p=show_detail&id=12934&keywords=

Tjiptono, F. (2019b). Strategi pemasaran. Retrieved from http://repo.unikadelasalle.ac.id/index.php?p=show_detail&id=13061

Tjiptono, F. (2020). Kepuasan Pelanggan kosep, pengukuran, & strategi. Retrieved from <http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/handle/123456789/8209>