

DAFTAR PUSTAKA

- A. Prasetyo. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minimum The Kemasan The Botol Sosro (Doctiral Dissertation, Universitas Negri Jakarta).
- Adam Bharesta Melano Samiaji. Diesyana Ajeng Pramesti. Muhamad Wahid Ibrahim. (2024). Jurnal Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology. e-ISSN: 2828-0725.
- Agus Sudigdo, Taufik. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Volume 2 Issue 02 e-ISSN 2716-0238.
- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Al-Salamin, H & Al-Hassan, E (2016). The Impact of Pricing on Behaviour in Saudi Arabia : Al-Hassa Case Study. Business Management, Vol.8 No.12, 2016.
- Andrian., Indra, C., Jumawan., Nursal, F. (2022). Perilaku Konsumen. Malang. Rena Cipta Mandiri.
- Andriani, W., Abdurrahman, & Reno Kemala Sari, P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.268>.
- Annisa Lathifah Raihana, Putu Nina Madiawati. (2024). Pengaruh Harga dan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Emina Cosmetics. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 5(2) 2024 : 8598-8613.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib), 14–25.
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Aris Budiono. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi Volume 17. p-ISSN 0216-5287, e-ISSN 2614-5839. <https://journal.uniku.ac.id/index.php Equilibrium>.
- Arya Yudha Pratama. Wiyadi. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweetby Najla Dengan

- Kepuasan Kosumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol.13, No.2. ISSN Cetak 2252-9993, ISSN Online 2598-618X DOI: 10.34127/jrlab.v13i2.1097.
- Ashila Choirunnida. Rokh Eddy Prabowo. (2024). Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)* Volume 6, Nomor 1. p-ISSN: 2656-8918. e-ISSN: 2684-8317. DOI: <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.8986>.
- Danang Dwi Kuncoro. Wuryaningsih Dwi Lestari. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Food Pt Gojek Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.5, No.2.
- Danang Sunyoto. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- David Wijaya, (2017). “Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya”. Jakarta:PT. Grasindo.
- Devina Martina Lieyanto, Bruno Hami Pahar. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL BIP's VOL. 13 No.3*.
- Dina Damayanti. Edy Purwo Saputro. (2023). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Purwodadi. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol.12. No. 2.
- Dwi Yana, R., Suharyono., & Abdillah., Y (2015) Pengaruh Citra Merek Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.21 No.1, 1-7.
- Effendi, N. I, dkk. (2022). Strategi Pemasaran. Padang: Eksekutif Teknologi.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM. Deepublish.
- Eva Rosalia. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopeefood di Yogyakarta. Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana.
- Fariqoh, & Trihudyatmanto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pembelian Dengan Keputusan Pembelian Online Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Santri Ma'had Mamba'ul Qur'an Wonosobo). *Journal of Economic Business and Engineering*. 1(1).
- Fauzan Arif Ramadhan, Tania Adialita. (2024). Pengaruh Product Quality, Price Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Honda

- Scoopy Di Bandung Raya. Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo Vol. 10, No. 1.
- Firmansyah, M Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning&Strategy). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Freddy J. Rumambi. (2022). Apakah Kepuasan Pelanggan Shopee Bergantung Pada Voucher Diskon Dan Gratis Ongkir?. Jmba - Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol.08/No.02.
- GoodStats. (2022). Layanan Pesan Antar Makanan Favorit Anak Muda 2022. Diakses pada 22/04/2025: <https://goodstats.id/infographic/layanan-pesan-antar-makanan-favorit-anak-muda-2022-VpyFs>.
- Hair, J. F. et. al. (2019). Partial Least Squares Structural Equation Modeling-Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. Business Research. 12(1) : 115-142
- Henseler, J. (2018). On The Convergence Of The Partial Least Squares Path Modeling Algorithm. Computational Statistics, 25(1), 107– 120.
- Herman, Y. Y., Ngatno, & Budiatmo, A. (2023). Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Online Service Convenience terhadap Online Repurchase Intention (Studi Kasus pada Pengguna GrabFood Generasi Z). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(2).
- Hidayati, Nur Laili. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol. 6, No.3. ISSN: 2337-6708.
- I Made Adi Juniantara1. Tjokorda Gde Raka Sukawati. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 11. 5955– 5982 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i11.p6>.
- Ilham Priangga. Fansuri Munawar. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi (JBME). Vol.19, No.2.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2021). Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P & Amstrong. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th Edition). Pearson Education.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kusuma, I & Sari, I (2020). *Pemasaran dan Manajemen Pasar (Sebuah Analisis Perspektif terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen)*, Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA), Yogyakarta.
- Lestari, N. A., & Sri Setyo Iriani. (2017). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas*, 6(1), 1-8.
- Luluk Agustiningsih. Retno Hartati. (2023). Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee Food di D.I Yogyakarta. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*. Vol.4, No.2.
- Magenta, Djanur, and Johanes Sugiarto. (2015). Membangun Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 2 (2015): 1-12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>.
- Maharani, V. A., & Saputro, E. P. (2024). Pengaruh Influencer, Brand Image, dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Skintific. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1899-1914. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.6190>
- Mo, L., Li Y., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(3), 419-424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Mochamad Sholahudin Al Mustofa. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Di Surabaya. *Jurnal Soetomo Management Review*. Volume 2, Nomor 8, Hal 1009-1024.
- Mudambi, S. M. and Schuff, D. (2016) 'What makes a helpful online review? A study of customer reviews on amazon.com', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 34(1), pp. 185-200. doi: 10.2307/20721420.
- Mufidah, R. A., & Novie, M. (2024). Peran Customer Satisfaction Dalam Memediasi Strategi Pemasaran Online Dan Pengalaman Belanja Terhadap Repurchase Decision. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4247–4257.
- Muhamad Syaeful Anwar. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol.22, No.3.
- Nasrul Efendi, T., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2023). Pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayan dan store atmosphere terhadap kepuasanm konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28 (2), 197-215. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>

- Nazir Moh. (2015). *Metode Penelitian*, Bogor: Indonesia.
- Ningsih, E. I., Kaukab, M. E., Azka, M. G. M., & Akbar, M. A. M. (2019). Apakah Customer Satisfaction Berpengaruh dalam Repeat Order Konsumen Produk CV. Yuasafood Berkah Makmur. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 4(1), 1-24.
- Ovaliana, W. D., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Make Over Pada Marketplace Shopee di Kota Semarang.
- Peter, J.Paul dan Jerry C.Olson, (2016), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Buku 2 Edisi 9, Alih Bahasa Erlangga, Jakarta.
- Prabowo, K. F., & Kussudyarsana. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review, dan Promo Gratis Ongkir terhadap Niat Beli Ulang pada Marketplace. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah*, 12(1).
- Putra, A. Y., & Suparyanto, N. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 123–132.
- Putri, L.Wandebori, H. (2016). Factor Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review.
- Putro, C. H., & Nurmahdi, A. (2020). Analysis of Purchase Decision and its Impacts towards Honda Beat Motorcycle's Customer Satisfaction Viewed through Product Quality and Price Perception Variables at Tangerang City Area. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(6), 1222-1229. <https://doi.org/10.38124/ijisrt20jun1012>
- Qosim, Nanang, dan Sumaryanto. (2015). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Warung Makan Bu Yati Solo. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1): h: 1-9.
- Ramdhani, B. ., & MH Nainggolan, B. . (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Di Richeese Factory Kemang Jakarta Selatan. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 321–340. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.272>.
- Rasyid, R., & Rosadi, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Minuman Botol. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45–54.
- Ratlan Pardede. Tarcicius Yudi Haryadi. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management* Vol. 10 No. 1.

- Rosi, Fathur dan Nurita Andriani. (2021). "Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*. Volume 1 Nomor 2 P-ISSN: 2775-3093 E-ISSN: 2797-0167.
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-Commerce pada Mahasiswa UMSU.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 123-130.
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Suliyanto, (2015). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Supranto. (2017). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyati. (2016). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT PRESS UNIKOM.
- Surya, A. P., & Kurniawan, A. (2021). The Effect of Product Quality and Perceived Price on Customer Satisfaction and Loyalty: Study on Halal Cosmetic Products In Indonesia *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(04).
- Suryanti, E., Wiyadi, Sholahuddin, M., & Nasir, M. (2024). The Influence of Servicescape and Brand Image on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction. *Asian Journal of Research in Business and Management*, vol. 6, no. 1, pp. 1-9, doi: 10.55057/ajrbm.2024.6.1.1.
- Susi Nur Wijayanti, Baroroh Lestari. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Gofood. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Volume:9 Nomor:1, Juni 2023 E-ISSN: 2407-5523 ISSN: 2407-3741.
- Swastha, dan Irawan. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta,. Penerbit : Liberty Yogyakarta.
- Umi Narimawati. (2017). *Metodologi Penelitian : Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Genesis.
- Wibowo, H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 9(3), 78–88.
- Zeithaml, V.A & Bitner. (2018). *Service Marketing*, McGraw-Hill Companies, Inc, New York.