

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, L., & Hartati, R. (2023). *Pengaruh Promosi, Online Customer Review dan Online Customer Ratio Terhadap keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Layanan Shopee Food Di D.I Yogyakarta*. 4(2), 13–30.
- Aji, D. S. K., Setyawati, S. M., & Rahab, R. (2020). ANALISIS PENGARUH RELIGIOSITY, SERVICE QUALITY DAN IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN TRUST SEBAGAI MEDIASI Dimas Setiyo Kusuma Aji 1* , Sri Murni Setyawati 2 , Rahab Rahab 1 1. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(1), 78–94.
- Almadani, R., Erni, H., Se, A., & Se, H. L. (2022). *Pembelian pada jasa GO-JEK di Kota Banjarbaru The Influence of Service Quality and Pricce on Purchase Decisions on Gojek service in Banjarbaru City*.
- Angelisia, Demak Claudia Yosephine Simanjuntak, Felicia, I. G. S. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian melalui E-Commerce*. 7(November 2015), 9586–9592.
- Anisa, C. A. (2021). Tingkat Manajemen Dan Manajer Beserta Fungsi-Fungsi Manajemen. *Leadership:Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 150–164. <https://doi.org/10.32478/leadership.v2i2.712>
- Arief, M. Y. (2022). *Pengaruh Citra merek dan Lokasi dalam menentukan Keputusan Pembelian pada toko HW Bakery Situ Bondo dengan Kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening*. 1(9), 1796–1811.
- Ariyanto, T., Herwin, H., & Sujati, H. (2023). Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Instrumen Tes Kemampuan Operasi Hitung Bilangan Bulat Menggunakan Cfa. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 12(3), 2977. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v12i3.7482>
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan Dan

Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 400–409.

Aulia, D., & Ansari Harahap, D. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Pada Go Food. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.627>

Aulia, D. V., Sulastri., & Maulana, A. (2024). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa Shopeefood di Kota Palembang*. 6(1), 133–146. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.157>

Banurea, L. A., Malau, A. R., Silaban, P. H., & Sipayung, L. D. (2023). Analisis SEM pada Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 400–406.

Bayu Pradika, D., & SE, M.Si., D. E. P. S. (2022). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Serta Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online di Tokopedia*. 72.

Brilliany, E. A. P. W. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77.

Canestren & Saputri. (2020). *14958-Article Text-29272-1-10-20210728*. 1.

Caniago, A. (2022). *Analisis Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan*. 11(September), 219–231. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>

Christoper, N., & Hutapea, J. Y. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Go Food dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 6484–6492. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.9334>

Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (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.

Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini. (2021). Analisis keputusan pembelian pada pengguna aplikasi gojek fitur gofood. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1744–1758.

Devi, D. A. C. R., & Indiani, N. L. P. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Lazada Di Era Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 53–67. <https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/jesa/index>

Disastra, D., & Novita, D. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 55–66. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>

Dwi Cahya, A., Eddy Prabowo, R., & Stikubank Semarang, U. (2023). Pengaruh Promosi , Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E- Commerce Shopee di Jawa Tengah). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5667–5677. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Ekonomi Dan Perbankan, J., Kepercayaan, P., TERHADAPoKEPUTUSANoPEMBELIANoDIoSHOPEE Yosephine Angelina, Kualitas., Widiyanto, T., & Iskandar, D. (2022). *THE ROLE OF TRUST, QUALITY OF INFORMATION AND RISK PERCEPTION OF PURCHASE DECISIONS IN SHOPEE (Case Study on Solo Raya Society)*. 7(2), 224–230. <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>

- Ermilla, S. (2022). *Pengaruh Hubungan Pelanggan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Citra perusahaan sebagai variabel intervening pada umkm Saiyo Bakery*.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fadhil, M. N., & Prastyono, H. P. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada New Holland Donuts Tuban. *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 557–562. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/4171>
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan pelanggan*. 4(2), 307–316.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Gigieh Giri Putra Prianika, & Eka Bertuah. (2023). The Effect of Rating, Online Consumer Review and Sales Promotion on Purchase Intention on the Gofood Application. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(3), 565–590. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i3.3477>
- Ginangjar, A., & Setiawan, A. (2020). Analisis Partial Least Square Menghasilkan Output Alternatif Antarmuka Tambahan Dari Kansei Engineering. *Jurnal TIARSIE*, 17(2), 67. <https://doi.org/10.32816/tiarsie.v17i2.78>
- 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>

Hanan, E. N., Silviana, D. A., Noorend, F. M., & Abdullah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Wilayah Jakarta. *Manajemen Dirgantara*, 17(1), 235–249.
<https://jurnal.sttkd.ac.id/>

Handayani. (2022). *Pengaruh Orientasi Belanja dan Kepercayaan Online terhadap Minat Beli dengan Pengalaman Pembelian sebagai variabel intervening pada ecommerce bukalapak (Studi kasus pada mahasiswa upi YPTK padang jurusan Manajemen Angkatan 2018-2021)*.

Haneemsipatma, A., & Jufrizen, J. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 199–214.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.7194>

Hardipamungkas, L. P. T. S. dan N. E. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian jasa online ojek di Kota Tangerang*.

Harianto, A., Widjaya, I., & Marchell, N. C. (2023). Persepsi Konsumen Atas Risiko Makanan Dan Kemasan Oleh Penyedia Bisnis Jasa Makanan Selama Pandemi Covid - 19 Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 53–63.
<https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.53-63>

Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209.
<https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>

Hermayadi, M. I., Maharani, N., & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Banjarsari. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(2).
<https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.9438>

- Indrajaya., D. H. S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unittomo press.
- Kair, A. F., Perkasi, D. H., Wahdiniawati, S. A., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Yayasan Pengembangan Potensi Sumber Daya Pertahanan. *Jurnal Price : Ekonomi Dan Akuntansi*, 02(01), 47–59.
- Lattu, A., Sihabuddin, & Jatimiko Wisuda. (2022). Analisis kepuasan pengguna terhadap penggunaan e-learning . *JURSISTEKNI (Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi)*, 4(1), 39–50.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>
- Lila Febriana Kausaha, Ida Hidayanti, & Ririn Damayanti. (2023). Influence of Online Customer Review and Online Customer Rating on Gofood Purchase Decisions in the Gojek Application. *Journal of Management and Islamic Finance*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.22515/jmif.v3i1.6588>
- Loresnia, S., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Gojek di Yogyakarta. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 816. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.934>
- Lua, D. K. K., & Rastini, M. N. (2024). *Peran kepercayaan memediasi pengaruh customer Experience terhadap niat menggunakan kembali jas grabfood*. 8(11).
- Maisaroh, S., & Wibisono, T. (2022). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 16–29. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5708>

- Mananekke, L., & Maramis, I. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'Lkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1), 39–48.
- Mayasari, N., Jusriati, J., Prayogo, P., Hajeni, H., Yati, Y., & ... (2023). *Manajemen Pendidikan*. 06(01), 3822–3835.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zIe_EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=ruang+lingkup+tata+kelola+pendidikan&ots=psqnn4rOG0&sig=JkFF0_YGuT1I5a_eCFDlpx4tqzk
- Melfaliza, D., & Nizam, A. (2022). Pengaruh Gratis Ongkir, Customer Review, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian melalui aplikasi shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 4(2), 2502–6976.
- Mita Istinawati, & R.A. Nurlinda. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–153.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.750>
- Mufidah, G., A.S, K. D., & Zahra, S. F. (2022). the Effect of Consumer Trust and the Use of Online Ojek Services on the Purchase of Food Through the Grabfood Messaging Feature on the Community in Dki Jakarta (Non Islands Thousands). *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 1(6), 652–659. <https://doi.org/10.53067/ijomral.v1i6.64>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Natalia, L. (2022). Analisis Strategi Manajemen Pemasaran pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 8203–8213.
- Nofiana, I., Samari, & Sardanto, R. (2022). Analisis Harga, Online Customer Review, Dan Kepercayaan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 874–884.

- Novitasari, I., & Hidayati, R. (2023). analisis kepercayaan konsumen, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian e-commerce (Studi Empiris Pada Konsumen Lazada di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nurkamiden, S., Wolok, T., & Ismail, Y. L. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 107–117.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Nursalam & Fallis. (2021). *No Title Teknik analisa data pls journal of chemical information and modeling*.
- Oktalihadi, V., & Hidayat, R. (2018). Analisis Tingkat Adopsi Teknologi Transportasi Online (Studi Kasus Gojek Padang Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 897–905.
- Ovaliana, W. D., & Mahfudz. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Make Over pada Marketplace Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://ejournal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Puspita, R. Y., Andari, T. T., & Yulianingsih. (2024). *Keputusan Pembelian Berbasis Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen*. 6(4), 14–34.

- Putri David, N. A. A., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Bank Syariah di Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Lab*, 6(02), 143–162. <https://doi.org/10.33507/labatila.v6i02.1023>
- Putri, K. A., & Nurtantiono, A. (2023). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Pembelian Gofood Di Kota Solo*. 10.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Putri, W., & Harti, H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 346–363. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4143>
- Rahman, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi dan Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>
- Raiyan, M., & Siregar, M. R. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Variabel Kepercayaan pada Pengguna Jasa Angkutan Gojek Di Banda Aceh pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 150–164. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Raprayogha, R., & Rusnawati, R. D. A. P. (2020). Efek Mediasi Perilaku Keuangan Dan Dampak Kepuasan Keuangan Masyarakat Di Kota Makassar. *ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 62–82. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/assets/article/view/14759/8975>
- Regina Dwi Amelia, Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh Desain ProsuK, Citra Merek ,

- dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian sepatu olahraga merek Adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20–32. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). *Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Grab-Food (Study pada pengguna jasa Grab-Food di Kota Manado pada masa pandemi covid-19)*. 9(3), 1482–1490.
- Resa, N. A., & Andjarwati, A. Iestari. (2019). Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Journal UAJY*, 7, 1–9.
- Rezieka, Gebrina Dara. Ismiulya, F. (2022). Analisis Manajemen Pemasaran Paud. *Jurnal Pendidikan Anak: Bunayya*, Vol 8, No(: Vol 8, No 1 (2022) : Januari 2022), 54–70. <https://moraref.kemenag.go.id/documents/article/99751647885990667>
- Rika Widianita, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Go-Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Ryana, R. M., & Haryanto, H. (2023). Pengaruh identitas merek, citra merek, kualitas produk, kualitas layanan terhadap niat beli produk di coffee shop Batam dengan kepercayaan konsumen sebagai mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3629–3641. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Safitri, K., & Widiati, E. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Konsumen pada Aplikasi Tokopedia. *Manajerial: Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 21(2), 153–160. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Salsabila, N., & Pradana, W. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Maxim di

Yogyakarta. *Journal of Management and Social Science*, 3(3).

- Santoso, R. D., Nobelson, & Gunaedi A, J. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Handphone Pada Kelompok Konsumen Driver Ojek Onlin. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 1059–1076.
- Sari, D. P., & Yona, S. (2021). Pengaruh Penilaian Kinerja Dan Kualitas Kerja Terhadap Pengembangan Karir Dan Prestasi Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Dinas Pertanian. *Ekonomi Manajemen*, 2(6), 667–679.
- Sari, T. R., & Mustaqim, M. (2024). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Keputusan Pembelian : Customer Review dan Customer Rating dengan Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi pada GrabFood)*. 6, 215–220. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.829>
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 474. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2863>
- Setiadi, R. R. H., & Madiawati, P. N. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram @ vidiosports dan Online Customer Review Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening*. 5(11), 4180–4201.
- Silviah, R., Ali, H., & Hadita, H. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement, Online Customer Review, dan Minat Pembelian Ulang Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Skincare Scarlett Whitening di Online Shop Tiktok. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 75–86. <https://greenpub.org/JIM/article/view/555>
- Simamora, A. M. (2023). *Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen tiktok shop di banda aceh dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi*. 8(3), 637–652.
- Sitio, V. S. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja

Karyawan Pt Bank Panin Dubai Syariah, Tbk Jabodetabek Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2), 125–135. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i2.694>

Situmorang, S. K. S. & S. H. (2019). *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan*. 02, 220–235.

Somantri, I., & Sukardi, H. A. (2019). Analisis Persepsi Risiko terhadap Minat Beli makanan online pada aplikasi shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 1(November 2018), 1–10.

Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 204. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1106>

Syafrial. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Go-Food*.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.

Valentina, F., & Tyra, M. J. (2024). *Pengaruh Country of origin dan E-wom terhadap Keputusan Pembelian Jasa Go-Food*. 22(1), 1–20.

Wadud Ubaidillah, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Universitas Trunojoyo Madura). *Management Studies*, 17(1), 1–23. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/19644>

Waro, S. S., & Widowati, M. (2020). “Pengaruh Kepercayaan, Celebrity Endorser, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce di Kota Semarang.” *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1084–1095. <http://prosiding.unimus.ac.id>

- Wdhiaswara, A. I., & Soesanto, H. (2020). *Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (studi pada konsumen gofood di kota semarang)*. *XIX*(2), 114–125.
- Wijaya, V. T., & Pahar, B. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pengguna Gojek. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, *14*(1), 1–10. <https://doi.org/10.37477/bip.v14i1.241>
- Winda Putri Dharmawan, F. O. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Makanan pada Aplikasi Gojek. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *5*(1), 130–140. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.456>
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *1*(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Zulfa, D., Terrisa, Anwar, N., & Riananda, S. (2024). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting Di Online Shop*. *6*(2017), 49–55.