

DAFTAR PUSTAKA

- Abikusuma, D. (2024). pengaruh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan konsumen gojek. 7(3), 1–8. Adolph, R. (2019). *kualitas pelayanan*. 1–23.
- Afrilya, D., Sumastuti, E., & Meiriyanti, R. (2024). Analisis Minat Penggunaan Transportasi Online Maxim pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 234–247. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.580>
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01(02), 36–44.
- Andhini, N. F. (2019). Pengertian kualitas pelayanan (You can use as indikator). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Armstrong & Kotler. (2019). *Principles of Marketing*. New York: Pearson International., 735.
- Ashary, A., Pradhanawati, A., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Alodokter Selama Pandemi Covid-19. *Ilmiah Indonesia*, 7(7), 9520–9534.
- Azmy, M. (2019). Analisa Pengaruh Kepercayaan Merek dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Honda Beat pada PT. Sinar Rejeki Lambang. *Correspondencias & Análisis*, 15018, 1–23.
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Dwihartanti, Teoritis, A. K., & Kompetensi, P. (2023). Kajian Teoritis Dan Metodologi Penulisan. *Dwihartanti*, 2023, 5–33.
- Firdah, M., Prima, F., & Uslianti, S. (2022). Pengaruh Online Customer review, Celebrity Endorsement Dan Tiktok Ads Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Pada Scarlett Whitening. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 6(2), 22–29. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/59304>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). Partial Least Squares Structural

Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July).
https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15

Hariyanto, H., & Trisunarno, L. (2020). OCRS: Analisis Pengaruh Online *Customer review*, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Proceedings of the 6th International Workshop on Multimedia Data Mining, MDM '05: Mining Integrated Media and Complex Data*, 9(2), 71–78.
<https://doi.org/10.1145/1133890.1133898>

Inneke Angelina, A. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7), 1–18.

Isaroh, S. N., & Pujiyanto, W. E. (2023). Peran Ojek Online Wanita Guna Menambah Perekonomian Keluarga. *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(3), 92–103.

Issn, P., Ukm, K., Inovasi, M., Variabel, S., Di, P., & Nugraha, A. A. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol . 11 No . 4 Desember 2022 E - ISSN : 2654-5837 , Hal 717 – 725. 11(4), 717–725.

Kusumayanti, K., Kamanda, S. V., & Qolbi, N. (2022). Pengaruh Service Quality , Brand Image , Dan Price Terhadap Minat Beli Jasa Maxim pada saat Covid-19 Di Batam. *Jurnal AL-AMAL*, 1(1), 53–58.

Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16.
<https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>

Modaso, A., Lengkong, V. P. K., & Lintong, D. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa Pt. Allianz Life Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 11(3), 420–430.

Nugraha, R. A., Hermawan, A., & Maesaroh, S. S. (2024). terhadap minat beli go-ride di kota Tasikmalaya. 2(1), 29–38.

Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Reivews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of*

Management, 10(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). brand trust. *Journal GEEJ*, 7(2), 8–22.
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Putri, R. M. (2024). *Pengaruh e-wom, citra merek terhadap minat beli yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen pada shopee (studi pada generasi x kelurahan teluk pucung)*.
- Rahmawati, S. (2023). online customer review (OCRs) dan rating: studi kasus pembelian kosmetik. *Stie Indonesia Jakrta*, 7–8.
- Rohman, T. (2019). Landasan Teori, Kualitas Layanan. *Psikologi Perkembangan*, October 2013, 1–224.
- Sapitri, M., Kanedi, M., Busman, H., & Sutyarso, S. (2014). uji kognitif mencit (*Mus musculus L.*) jantan berbeda umur yang diberi ekstra lada hitam (*Piper nigrum L.*). *Jurnal Ilmiah Biologi Eksperimen Dan Keanekaragaman Hayati*, 2(2), 86–90. <https://doi.org/10.23960/jbekh.v2i2.117>
- Saputro, M. A. (2020). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal salesman, harga, dan produk kompetitor terhadap keputusan pembelian produk kopiko di customer base retail CV.Tirta Raharja Kantor Cabang ponorogo (Studi kasus pada costumer base retail CV.Tirta Raharja Ponorogo)*. 2507(February), 1–9.
- Sari, F. (2019). Online Customer Riview. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Ekonomi Dan Bisnis*, 82.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>

- Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). the Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Dimensi*, 11, 298–313. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). Metode penelitian Komunikasi. In *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, Issue 3, p. 35). <https://doi.org/10.14710/jdep.1.3.35-45>
- Sumadi, Haris Romdhoni, A., & Fatakhurohim. (2022). Analisis Faktor Kepercayaan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2195–2201. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online *Customer review*, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Waluyo, A. (2022). Pengaruh *Customer review* Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.25217/srikandi.v1i2.2027>
- Wijaya, dimas fajar. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Yuniawati, Y., & Istichanah. (2023). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Ojek Online Grab. *Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4).
- Yusuf, I. N. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Di E-Commerce Shopee. *Jurnal UMS*, 12.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi

Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>

