

DAFTAR PUSTAKA

- Adisya, P. K., A. Fauzi., A. Tamara., I. Putri., N. A. Fauziah., S. Klarissa., dan V. B. Damayanti. 2023. Analisis keamanan data pribadi pada pengguna *e-commerce*: ancaman, risiko, strategi keamanan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. 4(5):625-632.
- Agesti, N., M. S. Ridwan., dan E. Budiarti. 2021. The effect of viral marketing, *online customer review*, price perception, trust on purchase decisions with lifestyle as intervening variabels in the marketplace shopee in surabaya c. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. 496–507.
- Aghniya, N. I., dan W. T. Subroto. 2021. Faktor–faktor yang memengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*. 3(5): 1891-1903.
- Agustin, P., I. K. Dewi., dan S. N. Rahmallya. 2024. Analisis strategi pemasaran usaha *fried chicken* d kriuk. *Perfect Education Fairy*. 2(2):110-120.
- Agustiningsih, L. dan R. Hartati. 2023. Pengaruh promosi, *online customer review*, dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk makanan pada layanan ShopeeFood di D.I Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*. 4(2): 13-30.
- Aini, A. N. K., R. A. Marlien., dan A. R. Riva'i. 2022. pengaruh citra merek, pengalaman konsumen, dan word of mouth terhadap niat beli ulang (studi pada konsumen kfc di kota semarang). *Jurnal Mirai Management*. 7(2): 263-276.
- Almana, A., dan A. A. Mirza. 2013. The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing decisions. *International Journal of Computer Applications*. 82(9): 23-31.
- Amelia, M. 2021. Analisis faktor-factoryang memengaruhi financial satisfaction pengguna e-wallet. *Jurnal ilmu manajemen*. 9(2):426-437.
- Amelia, R. D., dan Susanti, Y. 2022. *Pengaruh Lokasi Domisili terhadap Penggunaan Layanan Food Delivery Berbasis Aplikasi pada Konsumen di Wilayah Perkotaan dan Perdesaan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 7(2): 134–145.
- Anggaraini, W., B. Permatasari., dan A. D. Putri. 2023. Pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di tiktok shoppada masyarakat kota bandar lampung. *Jurnal TECHNOBIZ*. 6(2): 86-96.
- Anwar, S., H. Z. Amalia., dan F. Melani. 2023. Analisis perlakuan akuntansi atas pendapatan dan beban pada perusahaan *e-commerce*. *Karimah Tauhid*. 2(2): 380-393.
- Apipah, R., Khoirunnida., dan S. Hidayat. 20224. Analisis kepuasan pelanggan labbaik chicken menggunakan csi (customer satisfaction indek). *Jurnal Mahasiswa*. 6(1): 14-22.

- Arbani, P., Z. Wahab., dan M. Widiyanti. 2020. Pengaruh *consumer online rating* dan *review* terhadap keputusan pembelian pada pengguna *marketplace* Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 7(1): 25-33.
- Aulia, V., S. Haq., F. Fahira., S. F. Kusanadi., dan K. Pangestu. 2024. literature review: efektivitas electronic word of mouth (e-wom) dalam mempengaruhi minat beli produk. *Jurnal Ilmiah Feadible*. 6(1):1-6
- Auliya, Z. F., M. R. K. Umam., dan S. K. Prastiwi. 2017. *Online costumer reviews (otrs)* dan *rating*: kekuatan baru pada pemasaran *online* di indonesia. *Ebbank*. 8(1): 89-98.
- Azwar, S. 2010. *Dasar-dasar Psikometri*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Brammantio. 2023. Analisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap keterampilan berwirausaha studi kasus siswa smk negeri 1 kabupaten kerinci. Skripsi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*. 12(2): 572-584 .
- Budi, A. D. A. S., L. Septiana., B. E. P. Mahendra. 2024. Memahami asumsi klasik dalam analisis statistik: sebuah kajian mendalam tentang multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi dalam penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*. 3(1): 1-11.
- Damayanti, R. S. 2019. Pengaruh *Online customer review And Rating*, E-Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada *Online Marketplace* Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Darojat. T. A. 2019. Aplikasi *e-commerce business to consumer* kartu undangan. *Jurnal Riset Komputer (JURIKOM)*. 6(6): 559-562.
- Dewi, A.M. 2022. Optimalisasi aplikasi e-commerce ShopeeFood sebagai media pemasaran umkm di masa pandemi covid 19. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 16(2):77.
- Erida, M. 2021. Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen motivasi pengidap HIV/AIDS. *Jurnal Ilmiah Bina Edukasi*. 1(1): 10-21.
- Fajrillah, A., dan S. Ernawati. Pengaruh *Online customer review Danonline customer rating* Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Kota Bima. *JSR*. 1(5):533-543.
- Fatyandri, A. N., J. Tan., Junesti., P. S. S. Rahayu., A. Fahira., dan C. A. Reqha. 2023. Analysis industry rivalry and competition : analisispersaingan kompetitif perusahaan e-commerce shopeedengan menggunakan metode porter's five forces. *Jurnal Ek&Bl*. 6(1): 101-111.
- Fauzi, S., dan L. F. Lina. 2021. Peran foto produk, *online customer review*, *online customer rating* pada minat beli konsumen di e-commerce. *Jurnal Muhammadiyah Majanemen Bisnis*. 2(1):21-26.
- Febriani., F. Rana., S. B. Cahya. 2022. Pengaruh e-service quality dan sales promotion terhadap keputusan menggunakan fitur shopee-food (studi pada mahasiswa aktif feb unesa). 10(1).

- Febriyanto, N. A., dan Widiartanto. 2023. Kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli ulang (studi pada pelanggan burgerking paragon semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 10(3): 1226-1238.
- Fitriani, N., dan R. Sugihartati. 2020. Pengaruh Profesi terhadap Preferensi Penggunaan Layanan E-Commerce di Kalangan Masyarakat Urban. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*. 3(2):123–134
- Ghozali, I. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi analisis multivariate dengan program spss IV. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25 edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2016. Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25, edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hamida, I. A. dan Amron. 2022. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan menggunakan layanan pesan-antar ShopeeFood (studi pada pengguna ShopeeFood di kota semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 25(1): 33-42.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52
- Herawati, S., E. Saktiendi., dan C. N. Azzahra. 2023. The influence of service quality, promotion, and trust on ShopeeFood consumer satisfaction. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*. 2(11): 1733-1750.
- Hermawan, I., D. Reniawaty., P. Pramudhitha., dan M. I. Fudsyi. 2022. Pelatihan *e-commerce* untuk mendapatkan peluang bisnis bagi mahasiswa politeknik LP3I bandung pasca pandemi covid 19. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1): 96-106.
- Hijriyatunnisa., dan U. Widodo. 2024. Pengaruh *online customer rating* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian di tiktok shop melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen tiktok shop semarang).
- Indri, F. Z., dan G. H. Putra. 2022. Pengaruh ukuran perusahaan dan konsentrasi pasar terhadap kualitas laporan keuangan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia pada tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*. 2(2): 1-7.
- Ingge, M. D. 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko *online*. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma* 143-152.

- Ismagilova, E. 2017. Electronic Word of Mouth in the marketing context.
- Jusmansyah, M. 2020. analisis pengaruh current ratio, debt to equity ratio, total asset turn over, dan return on equity terhadap harga saham. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. 9(2): 179-198.
- Kalputri, S. F. 2021. Pengaruh motivasi, persepsi, sikap konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen olive *fried chicken* di glagahsari Yogyakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 2(2): 92-99.
- Kamelia, M., Supriyadi, Afif, D.N.Y. 2021. Gambaran Konsumsi Makanan Olahan Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian 2021*.
- Kaontole, I. T. S., A. L. E. Rumasyar., dan M. M. Kumaat. 2023. Analisis Karakteristik dan Tingkat Pelayanan Arus Pejalan Kaki (Studi Kasus: Jl. Suprpto – Jl. Lembong). *TEKNO*. 21(84): 628-638.
- Kevin, A. 2020. Pengaruh *online product review* dan *website quality* terhadap *purchase intention* Ketika melakukan pembelian *online* di agora.
- Khairunnisa, F. dan K. Jamiat. 2021. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kecantikan secara *online* melalui *e-commerce shopee* di indoneisa. *EProceedings of Management*. 8(1):1-11.
- Komsiah, E. 2022. Kepercayaan konsumen kepada transaksi online. *Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan (CENDEKIA)*. 2(2):1-6.
- Kotler, P. 2016. *Marketing Management 15th edition*. Pearson Edcation.
- Kotler, P., dan Armstrong, Gary. 2010. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler., dan Amstrong. 2012. *Dasar-dasar pemasaran (Jilid 1)*. Prenhalindo.
- Kusmawati, Y., B. M. H. Nainggolan., V. Cyasmoro. 2019. Pengaruh merek terhadap keputusan pembelian di restoran cepat saji Kentucky *fried chicken* Jakarta utara. *Jurnal EDUTURISMA*. 3(2):1-26.
- Kustiawan, R., & Kuncoro, I. A. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan ringan secara online*. Universitas Kristen Petra
- Lackemair, G., D. Kailer., dan K. Kanmaza. 2013. Importance of *Online Product Reviews* from a Consumer's Perspective. 1(1): 1-5.
- Latief, F., dan N. Ayustira. 2020. Pengaruh *online customer review* dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik di sociolla. 6(1): 139-155.
- Laudon, K. C., dan C. G. Traver. 2017. *E-commerce 2016 business, technology, society* (12th ed). England: British Library Cataloguint-in.
- Lee, E. J., dan S. Y. Shin. 2014. When do consumers buy *online product reviews*? effects of *review quality*, product type, and *reviewer's photo*. *Computers in Human Behavior*. 1(3):356-366.
- Lemeshow, S., D.W Hosmer, J Klar, dan S.K Lwanga. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

- Marsela, A. D., J. Nathanael., dan N. Marchelyta. 2022. Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*. 1(1): 784-790.
- Masitoh, R., M. G. Ramadhan., dan E. Soegiarto. 2023. Pengaruh produk, harga, dan word of mouth terhdap keputusan pembelian best *fried chicken* di samarinda. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 12(1): 1-10.
- Mayliza, R., dan Fernando, A. D. 2019. Pengaruh persepsi dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian makanan siap saji *fried chicken* pada d'besto di kota padang cabang siteba. *Preprints*.1(1):1–10.
- Mo, Z., Y. F. Li., dan P. Fan. 2015. "Effect of *online reviews* on consumer purchase behavior. *Journal Serv Sci Manag*. 8(3): 419-424.
- Moe, W. W., dan D. A Schweidel. 2012. *Online product options: incidence, evaluation, and evolution*. *Mark. Sci*. 31(3):1-11.
- Muttakin, A. R., A. P. Wibawa, dan K. Nabila. 2021. Inovasi digital untuk masyarakat yang lebih cerdas 5.0: analisis tren teknologi informasi dan prospek masa depan. *Jurnal Inovasi Teknik dan Edukasi Teknologi*. 1(12): 880-886.
- Ningsih, W. S., dan I. Rahmawati.
- Ningsih, W. S., dan I. rahmawati. 2021. Analisis faktor yang menentukan keputusan pembelian pada online shop "shopee". *Jurnal Inovasi Penelitian (JIP)*. 2(3): 779-784.
- Novinani, S. R., dan T. Siswanto. 2022. Pengaruh *online consumer review, rating*, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen milenial marketplace shopee di Jakarta selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Bisnis*, 1(1): 17-28.
- Nurhayani, E., dan F. Abadi. Pengaruh ewom, social media usage, brandimagedan firm's brand reputation terhadap purchaseintention. *Jurnal Ilmiah MEA*. 8(2):1600-1629
- Nurzanah, S., dan H. Riofita. 2024. Manfaat *e-commerce* terhadap dunia bisnis. *Islamic Economics and Financial Journal*. 3(2): 946-955.
- Paujjah, S., A. Ahmad, dan M. N. Wulan, 2022. Pengaruh Foto Produk dan Customer *Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi *GoFood* (The Effect of Product Photos and Customer *Ratings* on Purchase Decisions through *GoFood* Application). 2(2): 79–87.
- Plidtookpai, N., & Yoopetch, C. (2021). The electronic Word-of-Mouth (eWOM) trustworthiness, brand image and other determinants of purchase intention of the middle class to luxury hotel services. *Kasetsart Journal of Social Sciences*.42(1): 61-68.
- Prasetyo., D. Bambang., S. N. Febriani., W. W.Asmara., T. D. Dian., D. N. Ashton., Avina., D. A. Amalia., Illahi, A. Kurnia. 2018. Komunikasi pemasaran terpadu:pendekatan tradisional hingga era media baru. Malang:UB Press.
- Primaputra, R. Z., dan B. 2023. Sudaryanto. Analisis pengaruh citra merek, promosi, kepercayaan konsumen, dan kualitas layanan terhadap

- keputusan pembelian melalui aplikasi ShopeeFood (kasus pada pengguna layanan ShopeeFood yang berdomisili di kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. 12(1): 1-5.
- Purba, M. L., M. Rahmat., F. A. Suprihartono., dan G. P. E. Mulyono. 2022. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku terhadap pemilihan makanan/minuman melalui aplikasi online. *Jurnal Kesehatan Siliwangi*. 2(3):799-810.
- Puspita, Y. D., dan W. Setyowati. 2019. Determinan keputusan pembelian dimensi kepercayaan konsumen pada pengguna aplikasi *GrabFood* di kota Bandung. *Jurnal magisma*. 102-115.
- Putri, A. M., dan Sari, N. W. 2023. Pengaruh Literasi Digital terhadap Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu Ekonomi Digital*. 4(1): 55–66.
- Putri, A., dan R. Sari. 2023. Analisis faktor demografi dalam adopsi teknologi food *delivery* platform di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 12(2):145-160.
- Putri, D. A., A. Maruta., dan A. Pujiyanto. 2024. Pengaruh *online customer review*, *online customer rating*, dan brand image terhadap keputusan pembelian *jatinangor house* Surabaya. *Neraca manajemen Ekonomi*. 6(6): 1-10.
- Putri, N. A., & Nuryakin. (2023). Pengaruh visual review terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian pada layanan ShopeeFood. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 4(2), 101–110.
- Putri, N. P., N. I. Sofianita., F. Maryusman., dan F. A. Arini. 2024. Hubungan frekuensi penggunaan aplikasi pesan antar makanan online dan besaran uang saku dengan kejadian gizi lebih pada mahasiswa Jakarta. *Nutrire Diaita*. 1(16):8-14.
- Putri, N. R., dan S. Lestari. 2023. Analisis Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Siap Saji melalui Layanan Online. *Jurnal Ilmu Konsumen dan Teknologi Pangan*. 5(3):78–87.
- Putri, T. W., dan Timur, B. Hubungan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) Dan Aktivitas Fisik Dengan Kejadian Gizi Lebih Pada Mahasiswa Stikes Mitra Keluarga Bekasi Tahun 2020
- Rahmadhani, A., E. P. N. Arfah., I. Alawiyah., S. A. RAmadanti., dan I. P. Lushita. 2023. Pengaruh uang saku bulanan terhadap gaya hidup dan perilaku konsumsi makanan tidak sehat pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 8(2): 40153-40169.
- Rahmadhani, F., A. Wulandari, dan D. N. Saputri. 2024. Hubungan Uang Saku, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Penggunaan Aplikasi Layanan Makanan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*. 6(1):45–56.
- Rahmadhany, V. A., dan A. K. Illahi. 2022. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) di Media Sosial terhadap Keputusan Menonton pada Film *Spider-Man*. *Journal of South Asia Communication*. 3(2):103-111.

- Render dan Jay Heizer. 2020. "Prinsip-prinsip Manajemen Operasi", (Jakarta: Salemba Empat).
- Rizqiwani, H., I. Novianto., dan T. Indrawati. 2022. Efektifitas Google Maps Sebagai fungsi promosi dan media EWOM pada pelaku usaha kuliner surabaya. *Jurnal Orientasi bisnis dan entrepreneurship*. 4(2):153-165.
- Rosdiana, R., I.A.Haris., K.R.Suwena. 2019. Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara *online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 11(1):318-328.
- Rosita, R. 2020. Faktor yang mempengaruhi perilaku generasi milenial terhadap keputusan menggunakan aplikasi *GrabFood*. *Jurnal Lentera Bisnis*. 9(1): 95-106.
- Ruiz-Mafe. C., E. B. Alcanis., dan R. C. Perez. 2020. The effect of emotions, eWOM quality and online *review* sequence on consumer intention to follow advice obtained from digital services. *Journal of Service Management*. 31(3): 465-487.
- Sanjaya, S. 2017. Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.16(2):1-10.
- Santoso I., H. Madiistriyatno. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media. Tangerang.
- Sari, D. P., dan Y. Candra. 2020. Pengaruh pengembangan karir, self efficacy, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. *JEMSI*. 1(3): 224-230.
- Sari, I., T. Rinawati., dan C. Rizkiana. 2022. Pengaruh electronic word of mouth(e-wom) dan *online consumer review* (ocr) terhadap keputusan pembelian melalui shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. 20(2): 160-169.
- Selviana, R.S. Othman, L. 2024. Pengaruh *online customer review* dan *rating* terhadap keputusan pembelian di marketplace Lazada (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau Pengguna Aplikasi Lazada). *JAMBU AIR: Journal of Accounting Management Business and International Research*. 3(2):137-155.
- Siahaan, F. M., A. S. Wiranata, dan M. Wijaya. 2023. Analisis brand switching penggunaan aplikasi food *delivery* order online dengan menggunakan metode rantai markov oleh mahasiswa univeristas udayana di jimbaran bali. *Analisis Brand Switching*. 1(4):526-539.
- Siahaan, F. M., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Wijaya, I. M. M. 2023. Analisis brand switching penggunaan aplikasi food delivery order online dengan menggunakan metode rantai Markov oleh mahasiswa Universitas Udayana di Jimbaran Bali. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 11(4), 526–539.

- Solihat, M., dan D. Sandika. 2022. *E-commerce* di industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. 16(2): 273-281.
- Suhada, R., dan N. W. W. Asthiningsih. 2019. Hubungan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi makanan cepat saji (*fast food*) pada siswa-siswi kelas xi di sma negeri samarinda. *Borneo Student Research*. 1(3): 1841-1846.
- Suhardi, M. 2023. Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian. Penerbit P4I.
- Sumardy., M. Silviana., dan M. Melone. 2011. *The power of word of mouth marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Suryani, Tatik., Nurhadi, Mochammad., Fauzi, Abu Ammar . (2020). *E-Marketing bagi UKM: Strategi Periklanan Website dan Media Sosial*. Surabaya: Jakad Media Publishing
- Tahitu, A., A. R. Tutuhatunewa., V. M. Fadirubun. 2024. Pengaruh komunikasi organisasi terhadap gaya kepemimpinan lurah milenial di kota ambon. *Jurnal BADATI*. 6(1): 53-72.
- Thakur, R. 2016. Understanding customer engagement and loyalty: A Case of Mobile Devices for Shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*. (32): 151–163.
- Tina, E. A., M. Hariasih., dan M. Oetarjo. 2024. Pengaruh Promosi, Kemudahan Pengguna, dan *Online customer rating* Terhadap Keputusan Pembelian Pada ShopeeFood (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 5(2): 6145-6157.
- Tiong, P. 2021. The Effect of Online Trust, Previous Purchasing Experience, Shopping Orientation on Online Consumer Purchases Intentions with Gender Differences as Moderated Variables. *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*. 1(2):116-126.
- Ufrida, K. 2022. Konsumerisme makanan siap saji sebagai gaya hidup remaja di kta Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 11(1): 137-156.
- Utami, A., dan M. I. P. Nasution. 2023. Perkembangan pasar *online (e-commerce)* di era modern dan pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*. 1(2): 126-132.
- Vania, I., dan Simbolon, R. 2021. Pengaruh promo ShopeeFood terhadap minat beli pengguna *Shopee* (di daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomis*. 14(2): 46-58.
- Widiyawati, W. 2022. Keputusan pembelian melalui marketplace shopee pada mahasiswa jurusan manajemen bisnis syariah angkatan 2018 uin sayyid ali rahmatullah tulungagung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2): 356–366.
- Widayanti, E. R. Analisis penjualan produk kuliner melalui online pada aplikasi shopee platform ShopeeFood di Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indoneis*. 2(2): 394-417.
- Wijaya, B., A. Rahman., dan D. Susanto. 2022. Karakteristik pengguna layanan food *delivery* di era digital: studi empiris di indonesia. *Journal of Digital Business*, 5(1):78-92.

- Wijaya, I. G. N. S., Triandini, E., Kabnani, E. T. G., dan Arifin, S. 2021. *E-commerce website service quality and customer loyalty using WebQual 4.0 with importance-performance analysis, and structural equation model: An empirical study in Shopee*. Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi, 7(2), 107–124.
- Wijaya, V. S., dan E. H. Susanto. 2022. Efektivitas peyalanan e-commerce shopee sebagai upaya menciptakan kepuasan konsumen berbelanja online. Prologia. 6(1): 54-59.
- Wikara, B. P. S. 2023. Motif dan pola penggunaan aplikasi layanan pesa antar makanan di kalangan mahasiswa di Yogyakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi. 6(1):1-11.
- World Health Organization. Adolescent health. World Health Organization. 2025. Diakses pada 10 Juni 2025.
- Yasmin, A., Tasneem, S., dan Fatema, K. 2015. Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. International journal of management science and business administration. 1(5), 69-80.
- Yasmin, R., dan H. Santoso. 2017. Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Urban. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*. 18(2):112–120.
- Yasmin, T. R., W. D. Prastiwi., dan M. Handayani. 2017. Analisis konjoin preferensi konsumen sayuran hidroponik agrofarm bandungan kabupaten semarang. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. 1(1):85-93.
- Yasmine. 2022. Uji Multikolinearitas Data dengan Menggunakan SPSS. Tambah Pinter.Com.
- Yucha dan Harianto. 2021. Pengaruh digital marketing dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan di e-commerce shopee pada mahasiswa umaha. 4(1): 40–44.
- Yunus, I., dan Ariawan. 2022. Keputusan pembelian konsumen: perspektif online consumer review. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 3(1): 36-47.
- Yusuf. 2021. The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on oppo smartphone productin south tangerang city. 472-481.
- Zahra, N. H. 2022. Dampak keberadaan ShopeeFood terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di kecamatanumbulharjo kota Yogyakarta. Skripsi. IAIN Ponorogo.
- Zakiah, A., dan M. Trianita. 2022. Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian di aplikasi ShopeeFood pada mahasiswa feb universitas bung hatta padang. 21(2): 1-3.
- Zhang, Xiaoni, Victor R. Prybutok and David Strutton. 2017. Modeling Influences On Impulse Purchasing Behaviors During Online Marketing Transaction. Journal of Marketing Theory and Practice, 15(1), pp: 79-89.