

Daftar Pustaka

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (D. Prabantini (ed.); 1st ed.). <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=13102>
- Agustina, A. (2018). *Kepercayaan Dan Komitmen Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman Barang*.
- Amir, A., Amri, A. D., & Jambi, U. (2023). *K a s t a*. 3(3), 168–181.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 89–98.
- Balqis. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Keputusan Pembelian Jilbab Oleh Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. 129.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *business ethics and entrepreneurship* (Deepublish (ed.)).
- Elwalda, A. (2016). The Impact of Online Customer Reviews (OCRs) on Customers ' Purchase Decision. *Journal of Customer Behaviour*, 44(2), 123–152.
- Endriani, D. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung)*.
- Fahrozi, R., Rahmawati, D., Muldani, V., & Saddam, M. (2022). The influence of online customer review on trust and its implications for purchasing decisions on the Tokopedia marketplace. *Jurnal Ad'ministrare*, 9(1), 217. <https://doi.org/10.26858/ja.v9i1.36509>
- Ghozali. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Universitas Diponegoro. <https://onsearch.id/Record/IOS3107.UMS:57482/Preview>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. http://library.matanauniversity.ac.id/matanalib/index.php?p=show_detail&id=4962
- Glassey, R., Connor, M., Angela, I., Crishtobel, S., & HardCastle, S. (2018). *Influences on decision-making for young women undergoing bilateral prophylactic mastectomy*.
- Hsieh, tzu-ling. (2014). *he Relationship among Different Types of Learning Motivation, Engagement Behaviors and Learning Outcomes of*

Undergraduate Students in Taiwan. EJ1037087, 17.

- JAYANTI, S. E., & Siahaan, R. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK PIXY Mahasiswi STIE Bina Karya. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 37. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.167-172>
- Kadir, abdul. (2013). *hukum bisnis syariah dalam al quran* (p. 168). amzah.
- Keller, K. L. and swaminathan vanitha. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity, 5th Global Edition.*
- Kotler, philip dan armstrong. (2018). *prinsip prinsip marketing* (12th ed.). erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Marketing management jilid 2.* erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *principles of marketing.* 736.
- Kusumawardhani, S. (2022). *survei persepsi & perilaku konsumen online food delivery (OFD) di indonesia.* www.tenggara.id.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
- Lailatan Nugroho, B. I. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>
- 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.
- Marilang. (n.d.). hukum perikatan (perikatan yang lahir dari perjanjian). In 2013 (p. cet ke 1).
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Pratiwi, N. K. A., & Ekawati, N. W. (2020). Brand Image Memediasi Hubungan E-Commerce Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2268. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p11>
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional dan Electronic Word of Mouth terhadap Merek. *Jurnal Komunikologi*, 14(1), 8–17.
- Puspita, Y. D., & Setyowati, W. (2023). Determinan Keputusan Pembelian

- Dimediasi Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kota Bandung. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 102–115. <https://doi.org/10.35829/magisma.v1i1.283>
- Putra, M. D. (2017). 61 | *Ultizam Journal Of Shariah Economic Research*, Vol. 1, No. 1, 2017. *Shariah Economic Research*, 1(1), 61–77.
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas PGRI Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (2018). *Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302 - 7061*. 12(02), 221–232.
- Roring, A. G., Adolfini, & Taroreh, R. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Locus of Control Terhadap Niat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Tahun. *Jurnal LPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 5(2), 263–272. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/view/37596>
- Sasnita, A., Musyahidah, S., & Nursyamsu, N. (2020). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 70–88. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i2.12.70-88>
- Satwika, F. R., & Budiarti, L. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 141–144.
- Silviyah, N. M., & Maika, M. R. (2022). Pengaruh Total Aset dan DPK Terhadap Pembiayaan Bank Mega Syariah Periode Tahun 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3662. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6819>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). alfabeta.
- Suhendi, H. (2014). fiqh muamalah. In *cet ke 9*. raja grafindo persada.
- Suryawan, T. G. A. W. K., Sumerta, I. K., Vatara, I. G. A., & Abdullah, S. (2022).

- The Impact of Online Reviews and Ratings toward Shopee's Customer Purchase Intention in Gianyar Regency. *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi*, 13(3), 176–192. <https://doi.org/10.18196/jbti.v13i3.16655>
- Virawati Adinda, S. T. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening (Studi pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(No 2 Tahun 2023), 134–141.
- weng zhang. (2015). Analisis of O2O model's development problems and trend. *Ibusiness*, 7(51), 52.
- Xing & Zhu. (2014). *The study of O2O business model development strategy in SMEs. " International Journal of Business and Social Science 5.9 (2014): 296-299. 5(9), 296–299.*
- Xu, T., & Zhang, J. (2015). A Development Strategy of O2O Business in China. *Proceedings of the 2015 International Conference on Computer Science and Intelligent Communication*, 16(Csic), 337–340. <https://doi.org/10.2991/csic-15.2015.81>
- Zhang, D. (n.d.). *SUPPLEMENTARY INFORMATION (SI) An early Cambrian agglutinated tubular lophophorate with brachiopod characters. 8–9.*
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>