

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, & Nugroho, F. (2022). *The Effect of Promotion, Price, and Brand Image on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Pangkalpinang City. International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 1–16.
- Alwi, I. (2012). Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140–148.
- Anggraeni, E., L., & Maria. (2021). Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayuran secara *Online* pada Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal ke-9*. Universitas Sriwijaya.
- Anggraini, M., D. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Decision (Studi pada Calon Konsumen Shopee di Kota Malang)*.
- Anugrah, I., B., Iva, I., N., & Sarwoko, E. (2021). Determinan Keputusan Pembelian di Shopee: *Online Customer Review, Brand Image* dan Promosi. *Management and Business Review*, 5(2), 239–250.
- APJII. (2020). Buletin APJII Edisi 74. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ardianti, A., N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–11.
- BPOM. (2016). *Serial The Power of Obat Asli Indonesia Bawang Putih Allium sativum L*. Badan Pengawas Obat dan Makanan.
- BPS. (2021a). *Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2021*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/stactable/2014/09/08/950/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-beberapa-macam-bahan-makanan-penting-2007-2017.html>
- BPS. (2021b). *Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Sayur-Sayuran Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas) 2021*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/5/2100/1/rata-rata-konsumsi->

perkapita-seminggu-menurut-kelompok-sayur-sayuran-per-kabupaten-kota.html

- BPS. (2022a). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur (Jiwa)*. Badan Pusat Statistik. <https://jatim.bps.go.id/indicator/12/375/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin-dan-kabupaten-kota-provinsi-jawa-timur.html>
- BPS. (2022b). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2020-2022*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- BPS Kota Surabaya. (2021). *Kota Surabaya dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- BPS Kota Surabaya. (2022). *Statistik Daerah Kota Surabaya 2022*. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya.
- Dairina, L., & Sanjaya, V., F. (2022). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118–134.
- Damayanti, Y. (2019). Kajian Literatur Efektivitas *Electronic World of Mouth (E-WOM)* dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 2(2), 31–45.
- Dewi, N., P., S., & Suartina, I., W. (2022). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee. *Jurnal Widya Amrita*, 2(2), 551–561.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya. (2021). *Profil Perkembangan Kependudukan 2021 Kota Surabaya*. <http://dispendukcapil.surabaya.go.id>
- Direktorat Budidaya Tanaman Sayuran dan Biofarmaka. (2009). *Standar Operasional Prosedur (SOP) Budidaya Bawang Putih (Allium sativum L) Kabupaten Tegal, Propinsi Jawa Tengah*. Direktorat Budidaya Tanaman Sayuran dan Biofarmaka.
- Dolen, W., M., V., Dabholkar, P., A., & Ruyter, K., D. (2007). *Satisfaction with Online Commercial Group Chat: The Influence of Perceived Technology Attributes, Chat Group Characteristics, and Advisor Communication Style*. *Journal of Retailing*, 83(3), 339–358.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.

- Dzulqarnain, I. (2019). *Pengaruh Fitur Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee*. Universitas Jember.
- Elwalda, A., & Lu, K. (2015). *Perceived Derived Attributes of Online Customer Reviews*. *Computers in Human Behavior*, 56, 306–319.
- Erkmen, E., & Turegun, N. (2022). *Success Model of Online Food Delivery System: The Role of Brand Image in Customer Responses*. *Innovative Marketing*, 18(2), 148–160.
- Fariska, M., H. (2021). *Pengaruh Marketing 4.0 terhadap Purchase Intention yang Dimediasi dengan Customer Satisfaction pada E-Commerce Sayurbox*. Universitas Telkom.
- Farki, A., Imam, B., & Wibawa, B., M. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. *Jurnal Teknis ITS*, 5(2), 614–619.
- Firmansyarh, M., A. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV. Budi Utama.
- Firmansyah, M., A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ganesia. (2021). *Pengaruh Brand Experience, Customer Satisfaction, dan E-WOM terhadap Purchase Intention Pengguna Aplikasi Happy Fresh di Jakarta Barat*. Universitas Indonesia.
- Google, & Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). (2017). *Perilaku Belanja di Indonesia*. In *Google dan Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)*.
- Hadianto, A., Amanda, D., & Asogiyani, K., P. (2019). *Analisis Pencapaian Swasembada Bawang Putih Indonesia*. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi Pertanian*, 13(1), 25–34.
- Hamid, R., S., & Anwar, S., M. (2019). *Structural Equatin Modeling (SEM) Berbasis Varian Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT. Inkubator Penulis Indonesia (Institut Penulis Indonesia).
- Hanifah., N., & Wulandari, R. (2021). *The Influence of Online Customer Reviews, Ratings, and Brand Image of Millenial E-Commerce Consumers in Indonesia on Purchase Decisions with Trust as a Mediator*. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(7), 166–182.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM*. PT. Intermedia Personalia Utama.

- Irawati, R., & Prasetyo, I., B. (2021). Pemanfaatan *Platform E-Commerce* melalui *Marketplace* sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan Penataran*, 6(2), 114–133.
- Jatmika, R., T., D., Ruspendi, S., R., & Suyono, T. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian di UD. Bahana Agro Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur. *Jurnal Agrita*, 4(2).
- Julianti, & Aini, Y. (2019). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian *Online Marketplace*. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 8(1), 99–106.
- Kenrianto, I. (2016). *Bisnis Online Revolution*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 Jilid 2). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kristin, A., P., Adi, H., & Dea, A. (2018). Analisis Produksi dan Konsumsi Bawang Putih Nasional dalam Mencapai Swasembada Bawang Putih. *IPB University Scientific Repository*.
- Lackerman, 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.
- Lestari, F., B. (2020). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace di Kota Tegal* (Skripsi). Universitas Pancasakti Tegal.
- Liang, T., & Lai, H. (2002). *Effect of Store Design on Consumer Purchases: Van Empirical Study of On-line Bookstores*. *Information & Management*, 39(6), 431–444.
- Listyowati, E., A., Suryantini, A., & Irham. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran dan Buah secara *Online*. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 66.
- Musay, F., P. (2013). Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI*, 3(2), 1–7.

- Mutia, A., S. (2021). *Preferensi Konsumen terhadap Komoditas Bawang Putih Lokal dan Bawang Putih Impor di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur*. (Skripsi). Universitas Mataram.
- Natalia, A. (2020). *Mau Beli Makanan Segar? Pakai #ShopeeDariRumah Aja!* Shopee. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/mau-beli-makanan-segar-pakai-shopeedarirumah-aja/>
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). EP Press Digimedia.
- Nugraha, J. P., Alifah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., & Saloom, G. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Paramita, R., W., D., Rizal, N., & Sulistyan, R., B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Priadana, M., S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Puspita, I., R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan atas Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74.
- Pustap, E., S., & Wulandari, R. (2020). *Analysis of Online Consumer Review and Online Cunsomer Rating to Consumer Trust and Purchase Decision on E-Commerce Jakmall.com*. *International Journal of Innovatice Science and Research Technology*, 5(2), 181–189.
- Putra, W., R., & Dirgantara, I., M., B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Bawang Hitam Myrican di Bandung. *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–9.
- Putri, A., Pebriani, A., Rumi, M., J., & Siregar, J., H. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Toko *Online* terhadap Kebutuhan Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–8.
- Putri, S., R., E. (2022). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Mracang Market Surabaya* (Skripsi). UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Rahayu, *et al.* (2021). Kajian tentang Pemasaran *Online* untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper’s Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2652–2660.

- Rahmalia, D., Sari, I., R., M., Kasymir, E., & Tantriadisti, S. (2022). Keputusan Pembelian Bahan Pangan *Online* oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung, Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 5(2), 384–391.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Mulawarman University Press.
- Rahmawati, A., I. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Ratnasari, & Meliana, R. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Cold Presed Juice Merek Rejuve. *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4560-4570.
- Riyanjaya, N., A. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk di Situs Belanja Online Shopee* (Skripsi). UPN “Veteran” Jawa Timur.
- Rizal, A., Purwoko, B., Sihite, M., & Derriawan. (2022). *The Effect of Comparison of Online Customer Review Information on Online Purchases at Online Supermarkets Through Customer Value an An Intervening Variable*. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 21717–21730.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian Paduan Bagi Peneliti Pemula*. Pusaka Almaida.
- Safitri, H., K., Budiraharjo, K., & Mukson. (2022). Pengaruh Kesadaran dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian Buah dan Sayur The Farmhill Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 795–804.
- Saragih, C. , C. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Tanahub Indonesia)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Sari. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *E-Commerce* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Saskiana, D. (2021). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, E-Service Quality, E-Trust dan Harga terhadap Keputusan Membeli pada Konsumen Marketplace Shopee di Surabaya* (Skripsi). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Satriadi, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Sambudra Biru.

- Segoro, W., & Nurlita, D. (2016). *The Effect of Quality Product, Brand Image, and Price towards a Purchase Decision of J.CO Donuts & Coffee in Tangerang. International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1), 195–205.
- Sembakomurah\_77. (2022). *Bawang Putih 500 gram*. Shopee. [https://shopee.co.id/bawang-putih-500gram-i.29874722.19702919111?sp\\_atk=43b652dc-ce9e-4532-a235-e1131232b1f5&xptdk=43b652dc-ce9e-4532-a235-e1131232b1f5](https://shopee.co.id/bawang-putih-500gram-i.29874722.19702919111?sp_atk=43b652dc-ce9e-4532-a235-e1131232b1f5&xptdk=43b652dc-ce9e-4532-a235-e1131232b1f5)
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (1st ed.). Penerbit Andi.
- Shopee. (2015). *Home Page Shopee*. Shopee. <https://shopee.co.id/>
- Shopee. (2020). *Pusat Bantuan Shopee*. Shopee. [https://help.shopee.co.id/portal/article/73047-\[Penilaian-Produk\]-Bagaimana-cara-memberikan-penilaian-dan-ulasan-produk%3F](https://help.shopee.co.id/portal/article/73047-[Penilaian-Produk]-Bagaimana-cara-memberikan-penilaian-dan-ulasan-produk%3F)
- Shopee. (2021). *Raih Keuntungan Penjualan Maksimal dengan Shopee Online Marketing*. Shopee. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-sellers-shopee-online-marketing/>
- Sijintak, T., J., R., & Silvia, V. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 2022.
- Slamet, Prasetyo, B., P., W., & Azmala, I. (2022). *The Impact of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Online Purchase Decisions Moderated by Price Discount. European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 139–148.
- Statkomat. (2022). *Kegunaan Composite Reliability dalam SmartPLS*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wf2ECZFM18s>
- Sugianto, Sarah, F., Hidayat, K., & Laili, F. (2021). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayurbox melalui Shopee pada masa Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta* (Skripsi). Universitas Brawijaya.
- Sugiarti, H. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bawang Goreng pada Produk Iku Bawang (Studi Kasus pada Konsumen Bawang Goreng Produk Iku Bawang di Jl. Puri Ayu Pratama 1 No. 10 Arcamanik Bandung. In *“IM” e-Publishing*. STIE STAN-INDONESIA MANDIRI.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Alfabeta.
- Supriyadi, F. Y., & Indra, G., K., N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 74-85.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Alfabeta
- Tantrabundit, P. (2018). *Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector*. *Journal of Business Diversity*, 18(4), 84–100.
- Titisari, A., Setyorini, E., Sutriswanto, S., & Suryantini, H. (2019). *Kiat Sukses Budi Daya Bawang Putih*. Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian.
- Umar, H. (2009). *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Vydiamanta, V., Suhud, U., & Febrilia, I. (2021). Keputusan Konsumen Membeli Sayur Menggunakan Aplikasi *Online*: Apakah WoM dan Kualitas Produk Mempengaruhi? *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(2), 2301–8313.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Dasar Statistik*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wardhana, A., P., & Dewi, D., K. (2022). Sikap terhadap *Marketplace* Shopee. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(3), 157–166.
- Yoeliastuti, Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Penjualan *Online* Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212.
- Yovirizka, I., U. (2020). *Permintaan Impor Bawang Putih di Indonesia*. Universitas Airlangga.
- Yurindera, N. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap *Online Customer Review* serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Sayurbox. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(2), 143–150.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48.