

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C., & Hermawan, D. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Ananda, P. (2020). *Pengaruh Pelatihan Kerja Pembagian Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT.Varia Usaha Beton Kabupaten Brebes*.
- Azzahra, Q. (2021). Nilai transaksi e-commerce 2017-2020 - Grafik Alinea ID. Data.Alinea.Id. <https://data.alinea.id/nilai-transaksi-e-commerce-2017-2020-b2cA89Bh9c>
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel* (Y. Efawati (ed.)). PT Edukasi Digital Riset.
- Dessyaningrum, C., Samsir, & Yulia, E. (2020). Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian *online* situs shopee. *Tepak Manajemen Bisnis*, XII(3).
- Di Crosta, A., Ceccato, I., Marchetti, D., la Malva, P., Maiella, R., Cannito, L., Cipi, M., Mammarella, N., Palumbo, R., Verrocchio, M. C., Palumbo, R., & Domenico, A. Di. (2021). Psychological factors and consumer behavior during the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*, 16(8 August), 1–23. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256095>
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (A. R. Batubara (ed.)). Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi* (C. Anwar (ed.); Cet.2). Alfabeta : Bandung, 2013. Chairil Anwar
- Falah, A. N. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi Covid-19 Pengguna Aplikasi Shopee Kuartal Kedua Tahun 2020 - *Electronic theses of IAIN Ponorogo*. 2021. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/15999/>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Pascal Books.
- Guspita, R., Zulkarnain, & Samsir. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dimoderasi Kepercayaan Konsumen Produk Nu Skin Di Kota Pekanbaru.

*Jurnal Economica*, VII(2), 653–668.  
<http://ejournal.iseiriau.or.id/index.php/economica/article/view/18>

Hartati, A. S., Hurriyati, R., & Widjajanta, B. (2017). Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 2(1), 57–64.  
<https://doi.org/10.17509/jbme.v2i1.5981>

Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. Y. K., Chandrayanti, T., Voettie Wisataone, Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep) - Google Books. CV. Media Sains Indonesia.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Pemasaran\\_Dasar\\_Konsep/QaA3EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=strategi+pemasaran&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Dasar_Konsep/QaA3EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=strategi+pemasaran&printsec=frontcover)

internetworldstats.com. (2021). World Internet Users Statistics and 2022 World Population Stats. [Www.Internetworldstats.Com](http://www.Internetworldstats.Com).  
<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial, dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online* (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 164–176.

Kementrian Kesehatan RI. (2020). *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19)*. Kementrian Kesehatan RI.

Kemp, S. (2021). Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights. [Dataportal.Com](http://Dataportal.Com).  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Kie Juri. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Secara *Online* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating (Studi di Kota Pematangiantar).  
<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4709>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España (15e Global, Vol. 22). Pearson Education Limited.

Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Penerbit Erlangga: Jakarta.

Kurniawan & Widajanti. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rokok Djarum Super dengan Kepuasan Konsumen

sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3), 354–366.

- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57(July), 102224. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102224>
- Marwah, S., Suharto, A., Diansari, T., Ekonomi, F., Muhammadiyah, U., & Siti, J. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta (Studi kasus konsumen Elzatta di Kota Jember)*.
- Nafisah, F. R., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh E-WOM dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Price Discount Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Konsumen Shopee di Kota Magelang). *Jurbe*, September, 301–309.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom>,
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen: dalam prespektif kewirausahaan*. Alfabeta, 2012.
- Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta : Bandung., 2017.
- Priyambodo, G. (2019). Pengaruh Marketing Public Relations Tools Dbl Academy Terhadap Brand Awareness Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Disurabaya. *Repository.Unair.Ac.Id*, 071511533035, 1–19.
- Putri, H. A. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behaviour: A European Outlook*. In Pearson Education.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Salam Prespektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendiaka.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta : Bandung.

- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen* | Ujang Sumarwan. Sumarwan.Staff.Ipb.Ac.Id. <https://sumarwan.staff.ipb.ac.id/perilakukonsumen/>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada strategi pemasaran (Edisi 1)*. Yogyakarta Graha Ilmu, 2012.
- Sutanto, J. (2021). 10 Daftar Toko Online Populer di Indonesia 2021. Balirus.Com. <https://belirus.com/10-daftar-toko-online-populer-di-indonesia-2021/>
- Talitha, T. (2021). Pengertian Konsep Diri, Komponen & Karakteristik Self Concept. <https://www.gramedia.com/best-seller/konsep-diri/>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi, 2014.
- Tjiptono, F., & Sumarwan, U. (2018). Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*, 848 + 14 hal romawi.
- Tuasikal, J. (2016). Lentera Konseling: KONSELING ANALISIS TRANSAKSIONAL (BERNE). Lentera Konseling. <https://lenterakonseling.blogspot.com/2016/03/konseling-analisis-transaksional-berne.html>
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islami* (Cet.1). Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- wikipedia.org. (n.d.). Pemasaran Internet - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. Id.m.Wikipedia.Org. Retrieved May 30, 2022, from [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_Internet](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet)
- Winarsiti, D. P. J., Yeni, Y. H., & Irda. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating ( Studi pada : Mahasiswa Bung Hatta Padang). *Univ. Bung Hatta Repository*. <http://repo.bunghatta.ac.id/3564/>