

## DAFTAR REFERENSI

- Abd-Alrazaq, A., Alhuwail, D., Househ, M., Hamdi, M., Shah, Z., Ahmad, A. R., Murad, H. R., R. Gardner, M., Brainard, J., Hunter, P. R., Casero-Ripolles, A., Chesser, A., Drassen Ham, A., Keene Woods, N., Effenberger, M., Kronbichler, A., Shin, J. Il, Mayer, G., Tilg, H., ... Rizun, M. (2020). Free Communication Fake News in the Context of the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 22(4), 1–11.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.04.033><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/32460566>
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alwi, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i01.389>
- Amin dan Hendra. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 78–96.  
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Aprileny, I ; Arifiani. P.N; Emarawati. J.A.(2022). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5 (03), 108-116
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 243-252.
- Aprileny, I., Rizki, D.K., Emarawati, J.A (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Make Over Cosmetics Di Mall Metropolitan Bekasi). *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01)  
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.544>
- Aprileny, I ; Saputri, S.; Emarawati. J.A.(2021). Pengaruh Media Iklan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Pengunjung Di Jencia Park Tambun Bekasi, *IKRAITH EKONOMIKA*, 4(3) 163-174
- Aprileny, I ; Syahra, A ; Emarawati. J.A.(2022). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK DAN DUKUNGAN PARTNER TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA MASA PANDEMI COVID 19:(Studi kasus UMKM makanan dan minuman di Kota Bekasi), *Simposium Manajemen dan Bisnis*, 108-116
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Assael, H. (2013). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Edisi Keen). Penerbit Salemba Empat.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*,. PT Raja Grafindo Persada.
- Azis, Asdar, & Munir. (2021). the Effect of Trust and Price on Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables (Case Study of Shopee

Users in Makassar City). *Hanauddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 4(1), 22–39. <https://doi.org/10.26487/hjabe.v4i1.421>

Barusman, A. R. P. (2019). The effect of security, service quality, operations and information management, reliability & trustworthiness on e-loyalty moderated by customer satisfaction on the online shopping website. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(6), 586–594.

BPS. (2020). *Statistik Indonesia 2020*. 2020. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>

Fakhrurozi, R. N., Kusumawati, A., & Raharjo, K. (2018). the Effect of Marketing Mix for *E-commerce* on Customer Online Behaviour: a Study on Language Services Provider. *Eurasia: Economics & Business*, 13(7), 3–16. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2018-07.0178>

Ferdinand, A. (2016). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik, Research Paper Series*. BP UNDIP.

Fitriyanti, V. (2021). The Effect of Product Quality on Customer's Satisfaction and Loyalty of EMN Brand in the Ecommerce Era. *The International Journal of Business Review (the Jobs Review)*, 4(1), 1–14.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasan, A. (2013). *Marketing*. Media Utama.

Hastuti, I., Utami, I. W., & Sopingi, S. (2020). Entrepreneurship Development for Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(03), 152–156. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1313>

Hidayat, G., Rachma, & Asiyah, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2016-2018). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Unisma*, 11(1), 1–17.

Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 51–62.

Jain, D. E., & Yadav, A. (2017). Marketing and Technology: Role of Technology in Modern Marketing. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(05), 49–53. <https://doi.org/10.9790/487x-1905064953>

Kickbusch, I., Leung, G. M., Bhutta, Z. A., Matsoso, M. P., Ihekweazu, C., & Abbasi, K. (2020). Covid-19: how a virus is turning the world upside down. In *BMJ (Clinical research ed.)* (Vol. 369, p. m1336). <https://doi.org/10.1136/bmj.m1336>

Kotler, & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Edisi 13). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.

- Kountur, R. (2016). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Thesis*. PPM.
- Kurniawati, P. (2020). *Pengaruh kepercayaan pelanggan, store image dan perceived value terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan minimarket adijaya cabang teluk wetan jepara) - eprints*. <http://eprints.umk.ac.id/13834/>
- Laksana, M. A., & Engkur, E. (2021). PENGARUH NILAI PELANGGAN, PROMOSI DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Bukalapak Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mangkunegara, A. . A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Remaja Rosdakarya.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan , dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 101–119.
- Megawaty, D. A., & Setiawan, E. (2017). *Analisis Perbandingan Social Commerce*. 11(1), 1–4.
- Melia, S. P., Luluk, R. A., Duan, R., & Vicky, S. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129. <http://www.jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/view/513>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nugroho, A., & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nurlinda, & Mursalim. (2019). Effect of Online Marketing , Prices , Services and Business Ethics on the Decision to Purchase Products ( Study in Consumer Products Online Fashion in Makassar ). *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 21(12), 62–68. <https://doi.org/10.9790/487X-2112016268>
- Orville, Larreche, & Boyd. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Pranitasari, D., Reynaldi, R. R., Syamsuar, G., & Suryono, D. W. (2022). Analisis Perbandingan Tingkat Usabilitas, Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Aplikasi Online Shop Terhadap Kepuasan Belanja Online (Studi Kasus pada Tokopedia dan Shopee). *MEDIA MANAJEMEN JASA*, 10(1).
- Pulakiang, A. R., Wiranatha, I. M. N., & Batmetan, J. R. (2019). ANALISIS KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN TWITTER API (Studi Kasus: Tokopedia, Lazada dan Bukalapak). *IJIS - Indonesian Journal On Information System*, 4(1). <https://doi.org/10.36549/ijis.v4i1.47>

- Purwanti, L., Sayidah, N., & Pujiningsih, S. (2021). *Keberagaman Metode Penelitian Akuntansi dalam Bingkai Multiparadigma* (Issue April).
- Rafidah, I. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–17.
- Rahman. (2013). *Manajemen Pemasaran*.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Richards, N. M., & King, J. H. (2016). Big data and the future for privacy. *Research Handbooks on Digital Transformations*, 272–290. <https://doi.org/10.4337/9781784717766>
- Sangadji, E. ., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Sarwono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Stanton, W. J. (2015). *Fundamentals of Marketing* (8th Editio). Mc Graw Hill.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sukawati, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 190. <https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6649>
- Sutabri, T. (2013). *Analisis Sistem Informasi*. Andi.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2015). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)
- Syafi, S., & Widowati, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan , Celebrity Endorser , dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-commerce* di Kota Semarang The Effect of Trust , Celebrity Endorser , and Risk Perception on *E-commerce* User Purchase Decision in Semarang City. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3(2), 1085–1095.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2015). *Service, Quality and Satisfaction, ed. 3*. Andi.
- Wahjono. (2015). *Manajemen Pemasaran Bank* (Cetakan pe). Graha Ilmu.
- Yee, B., & Faziharudean, T. M. (2016). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 2010, 1–22. <https://doi.org/10.5171/2010.592297>
- Yoursay.id. (2022). *Kumpulan Artikel Yoursay.id Terkini*. <https://yoursay.suara.com/>
- Zeithaml, Bitner, & Gremler. (2015). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.