

Daftar Pustaka

- Agustyan, F. (n.d.). *Pengaruh E-commerce, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Industri Ekonomi Kreatif (Studi pada UMKM Askha Jaya)*.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online pada situs jual beli tokopedia. com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 134–148.
- Alya, A. A., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh E-service Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee. *EProceedings of Management*, 7(3).
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs www. traveloka. com. *EProceedings of Management*, 3(2).
- <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/14/115110565/who-catat-rekor-baru-peningkatan-kasus-harian-corona-secara-global?page=all>
- <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/19/074000965/update-corona-global-19-desember-2020--teori-baru-china-soal-sumber-asli?page=all>
- <https://driver.go-jek.com/s/article/Jenis-Jenis-Layanan-GO-JEK-1536834537778>
- <https://republika.co.id/berita/qm413u349/gugus-tugas-jambi-sebut-dua-pasien-covid19-meninggal>
- Irawan, D., Junaidi, M., Rahsel, Y., & Udin, T. (2017). Perancangan Electronic Commerce Berbasis B2C Pada Toko Atk Sindoro. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(1), 58–62.
- Jagongo, A., & Kinyua, C. (2013). The social media and entrepreneurship growth. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(10), 213–227.
- Kurniati, R. R., & Junaida, D. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen

Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(3), 154–162.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* Horizon edition. Englan: Pearson Education.

Kotler, K. K. P., & Manceau, D. (2012). *Marketing management 14e*. PEARSON FRANCE.

Litiloly, A. A.-A. (n.d.). *Pengaruh Lokasi, Store Atmosphere, Media Sosial, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Di What's Up Cafe Margonda*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta.

Malonda, V., Mamuaya, N., & Angmalisang, S. (2021). PENGARUH HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MANADO. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).

Muliani, M., & Wardhani, F. I. (2020). Pengaruh Promosi Di Instagram Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Penggoda Secara Online Melalui Ojek Online (Ojol) Pada Masa Karantina Covid-19 Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 10(2), 118.
<https://doi.org/10.51195/iga.v10i2.141>

Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 9(2), 32–40.

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>

Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaraan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>

Salmah, N. N. A., Suhada, S., & Damayanti, R. (2021). Peran E-satisfaction dalam Memediasi Pengaruh E-service Quality Terhadap E-loyalty Pelanggan pada Toko Online Cilufio. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 132–140.

Setiawan, Y., Khairul, I., & SHI, M. S. I. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembeliann Secara Online Pada Situs Jual Beli Shopee. *FEB Islam IAIN Surakarta*.

- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.
- Turban, E., McLean, E., & Wetherbe, J. (2001). *Information Technology for Management, John Wiley & Sons*. New York.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora*, 6(1).
- Van der Merwe, R., & Bekker, J. (2003). A framework and methodology for evaluating e-commerce web sites. *Internet Research*.
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., Permadi, L. A., Purba, B., Tjiptadi, D. D., & Lie, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis