

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anjani, Z. (2021). Pengaruh Pembatasan Sosial Dan Sistem Pemasaran *Online* Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Retail Pada Freshmode Butik Purwokerto. *Purwokerto*.
- Buchari, A. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Budiman, A, A., & Rahmawati, M. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Hak-hak Konsumen; Sebuah Panduan Akses Terhadap Keadilan*. Jakarta, Institute for Criminal Justice Reform (ICIR)
- Cheung, A.K.L. (2014). *Probability Proportional Sampling*. In: Michalos, A.C. (eds) *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. Springer, Dordrecht. [https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5\\_2269](https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_2269).
- Garalka. (2019). *Metode Penelitian*. Lampung: CV.Hira Tech.
- Ghozali, Inam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mahmud, R. (2018). *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi*. Gorontalo: IDEAS.
- Peter, J.P., & Olson, J.C. (2018). *Perilaku Konsumen dan Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah*. Magelang: Staia Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung, CV Alfabeta.
- Suryana, A ., Rusastra, I., W., Sudaryanto, T., & Pasaribu, S, M . (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Perspektif Adaptasi dan Resiliensi Sosial Ekonomi Pertanian*. Jakarta, IAARD Press.
- Yuliani, Ni, dkk. (2019). *Metode Riset Jilid 2*. Denpasar: CV.Sastra Utama.

### Jurnal dan Skripsi

- AlQadrie, A, Z.,Prawira, D., & Ilhamsyah.(2022). Analisis Kesuksesan *E-commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Delone & Mclean Is Success Model (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Tanjungpura). *JURNAL KHATULISTIWA INFORMATIKA*. Vol. 10 No. 2, hlm 119-128
- Amela, W. R., Lubis, A. H., & Sabrina, H. (2019). Penggunaan Theory of Planned Behavior untuk Menganalisis Niat Perilaku Milenial dalam Belanja Daring melalui Aplikasi Instagram. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 16(2), 210-230.
- Amri, A. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 123-131.
- Dharmesta, B.S. (1998). Theory of Planned Behaviour dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen. *Kelola Gajah Mada University Business*. Vol 8, No. 18: 85-103.
- Dirwan, D., Themba, O. S., & Latief, F. (2021). Aspect Purchasing Decisions at Consumers Lazada: Trust, Price, Tagline. *JURNAL ECONOMIC RESOURCE*, 3(2), 86-93.
- Eger, L., Komarkova, Egerova, D., & Micik, M. (2021). *The Effect Of Covid-19 On Consumer Shopping Behavior; Generational Cohort Perspective. Journal Of Retailing and Costumer Services*.Vol 6 No 1 DOI:10.1016/j.jretconser.2021.102542
- Enos. (2015). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal: KIP*, Vol.3 No.3, 670-690.
- Fadhli, K., Himmah,S, R.,Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Education And Development*. Vol 9 No 3
- Fatimah, S. (2020). *Pembelajaran Di Era New Normal*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat.
- Gu, S., Lusarczyk, B., Hajizada, S., Kovalyova, I., & Sakhibeva, A. (2021). *Impact Of The Covid-19 Pandemic On Online Consumer Purchasing Behavior*. *Journal Of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.
- Hao Chang, H & Meyerhoefer, C., D. (2021). *Covid-19 and the demand for online food shopping services: empirical evidence from Taiwan*. *America Journal Of Agricultural Economics*.Vol 103 No. 2 . <https://doi.org/10.1111/ajae.12170>
- Hassan, L. M., Shiu, E., & Parry, S. (2016). Addressing the cross-country applicability of the theory of planned behaviour (TPB): A structured review of multi-country TPB studies. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(1), 72-86.
- Irawan, E., Arif, S., Hakim, A. R., Fatmahanik, U., Fadly, W., Hadi, S., ... & Aini, S. (2020). *Pendidikan Tinggi Di Masa Pandemi: Transformasi, Adaptasi, dan Metamorfosis Menyongsong New Normal*. Zahir Publishing. K. C.



- Laudon and J. P. Laudon. (2007). *Essentials of Management Information Systems Ford Autohange B2B Marketplace. Pearson Educ.*, 1–5.
- Kasmi & Candra. (2017). Penerapan *E-commerce* Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*.
- Kurnianto, A. (2020). Pengaruh Harga, Produk dan Kenyamanan Terhadap Preferensi dalam Belanja *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Universitas Negeri Semarang. *Skripsi. Universitas Negeri Semarang*.
- Mahbubah, I., Putri, Y, S. (2021). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen saat Pandemi *Covid-19* Pada Peningkatan Penjualan *E-commerce* pada Kabupaten Sumenep. *Behavioral Accounting Journal. Vol 4 No 1 DOI: 10.33005/baj.v4i1.119*
- Mardiyahningsih, E.(2021). Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Di Surabaya Selama Masa Pandemi *Covid-19* Ditinjau Dari Perspektif Etika Konsumsi Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial. Vol 1 No 4 hlm, 386-396*
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal, Vol. 3, No. 2, 433-440.*
- Muliani, N. (2022). *Flow Akademik dengan Prokrastinasi akademik dalam Masa New Normal pada Siswa SMPN 1 Gunungsari*. Skripsi : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mustomi, D., Puspasari, A., Azizah, A., & Wijayanti, D. (2020). Analisis Belanja *Online* di Kalangan Mahasiswa pada Masa Pandemi *Covid-19*. *Jurnal Akrab Juara. Vol 1 No 1*
- Nasution, D.A.D., Erlina., & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi *Covid-19* terhadap Perekonomian. *Jurnal benefita. Vol 1 No 1*
- Noverdiansyah, R., Khoiriah, A., Kananda, V., Sutoro, M., & Supratikta, H. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis *E-commerce* Terhadap Peningkatan Kualitas dan Kinerja SDM Untuk Meningkatkan Profit UKM di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat, 2(3), 52-55.*
- Nurlela. (2021). *E-commerce*, Solusi di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Simki Economic, Volume 4 Issue 1, 47-56.*
- Nurakhmawati, R., Purnawati, A. & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol 13 No 2, hlm 191-204*
- Parayoga, A. F. (2016). Pengaruh Fitur Chatting Dan Tawar Pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan. *e-Proceeding of Management, Vol. 3, No. 3, 2968-2975.*
- Putri & Iriani. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika.*
- Putri, Asjini Eka. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-commerce Pertanian Sayurbox*

- (Studi Kasus Pada PT. Kreasi Nostra Mandiri Di Jakarta). Skripsi-S1 thesis, UNIVERSITAS HASANUDDIN.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), DOI : 10.34127/jrlab.v9i2.380.
- Sabila, A, R., & Kusumaningrum, L. (2020). Analisis Kualitas Layanan E-commerce Shopee Dalam Meningkatkan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Tangerang 2020). *JITech: Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT*, 16(2), 72-80
- Sakti, L. P., Sulistyaningsih, T. and Sulistyowati, T. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat Paska Pandemi Covid-19 di Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 6(2), 217–230.
- Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*, 4(2), 1–12.
- Sari, P. P. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Ecommerce. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3), 52-61.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus : Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *Ikraith-Humaniora*, 2, 69–74.
- SE, I. T. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Transaksi Belanja Online Via Platform Marketplace (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Srihaan, C., & Lidwina, P. R. (2021). Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia (Studi pada Penggunaan E-commerce di Akun Media Sosial). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 642-655.
- Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia. Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 200-2014.
- Suryadi, D. (2009). Hubungan Antara Konsep Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumerisme Pada Remaja Akhir Dan Dewasa Awal. *Jurnal academia.edu*.
- Waziana, W., Saputra, R, H., Sari, N, Y., Kasmi, Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol.1, No.2,hlm 107- 112
- Widiyanto & Prsilowati. (2012). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *JMK*, Vol. 17, No. 2, 109–112.



- Widyarini, L. A. (2017). Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking di Kalangan Pengguna Internet di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, 5(1).
- Wikamorys, D. A., & Rochmah, T. N. (2017). Aplikasi theory of planned behavior dalam membangkitkan niat pasien untuk melakukan operasi katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 32-40.
- Yuliana. (2020). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, Vol. 2, No. 1.
- Yulianingtyas, A. R. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-COMMERCE (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Jawa Tengah-DIY)*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia.

### Internet

- Ahdiat, A. (2022). *Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee sampai Kuartal II 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>.
- Annur, C.M. (2022). *E-commerce Terpopuler di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaranya?*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya>.  
<https://fis.unj.ac.id/> pada tanggal 17 Februari 2023.  
<http://www.unj.ac.id/> pada tanggal 11 September 2022.  
<https://www.unj.ac.id/> pada tanggal 17 Februari 2023.  
<https://careers.shopee.co.id> pada tanggal 17 Februari 2023.  
<https://dropshipaja.com> pada tanggal 27 November 2023
- Kementerian Kesehatan RI. (2020). *Buletin Situasi Covid-19*. Jakarta. [https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/buletin/buletin-Situasi-Covid-19\\_opt.pdf](https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/buletin/buletin-Situasi-Covid-19_opt.pdf). Diakses pada 1 Agustus 2022.
- Nabilah, A. (2022). *Tren Belanja Online dalam Era New Normal*. <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tren-belanja-online-dalam-era-new-normal>.
- Palupi, G.A. (2022). *Shopee Masih Jadi E-commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia*. <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>.
- Rico & Yudisthira. (2021). *PENINGKATAN PENGGUNAAN INTERNET SEBELUM DAN PASCA COVID-19*. <https://student-activity.binus.ac.id/himstat/2021/04/21a4/>