

REFERENCES

- Albari & Kartikasari, A. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business – ISSN: 2581-0685*. 3(1).
- Albari & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*. 7 (2), 328-337.
- Amalia, R. (2017). *Pengaruh Kepribadian, Gaya Hidup, dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Online di Kota Makassar*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Amanah, D. (2010) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop cabang H.M. Yamin medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*. 2(1).
- Amirullah. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia Publishing
- Anggraini, F. & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek. *JUPE*. 8(3).
- Anita, Y. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru)*. Tesis. UIN SUSKA Riau.
- Arrosyid, M.I. (2018). *Analisis Pengaruh Promosi Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang pada Aplikasi Belanja Online di Lazada*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arsyani, A. (2019). *Pengaruh Potongan Harga Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Empirik pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*. Skripsi. Universitas Negeri Makassar.
- Astasari, A. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online pada Mahasiswa UNY*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik. (2020). *Analisis Big Data di Tengah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Badan Pusat Statistik. (2020). *Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Badan Pusat Statistik. (2020). *Tinjauan Big Data Terhadap Dampak COVID-19*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Cantika, T. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Penyedia Aplikasi*. Skripsi. Universitas Andalas.

Carmines, E. G. & Zeller, R. A. (1979). *Reliability and Validity Assessment*. London: SAGE.

Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Dewi, I.K. & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 56(1).

Diana, I.M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.

Ezell, M. E. & Land, K.C. (2005). *Ordinary Least Squares*. New York: Elsevier. Inc.

Febriantoro, W. (2018). Kajian dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajerial – ISSN: 1412-6613*. 3(5).

Febtriko, A. (2017). Pemakaian *Mobile Robot* dalam Meningkatkan Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini di Taman Kanak-Kanak. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab – ISSN: 2477-2062*. 2(2).

Forthofer, R. N., Lee, E.S., & Hernandez, M. (2006). *Biostatistics: A Guide to Design, Analysis, and Discovery*. New York: Elsevier Inc.

George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.



- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (1995). *Basic Econometrics*. New York: The McGraw Hill.
- Gultom, C., Firdaus, C., & Hertanti, R. (2017). Isu Digital di Indonesia dan Tantangannya dalam Perundingan FTA. *Policy Paper Indonesia for Global Justice (IGJ)*.
- Hadi, S. (2004). *Penelitian Research*. Yogyakarta: BPFE.
- Hamdan. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusamba*, 3(2).
- Hermawan, H. (2018). *Metode Kuantitatif untuk Riset Bidang Kepariwisata*. Open Science Framework.
- Indrajit, R. E. (2001). *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375*, Edisi Ke-V (November), pp. 95-112.
- Ishak, A. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online: Sebuah Studi Tentang Penyebab (*Antecedents*) dan Konsekuensi (*Consequents*). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2).
- Jin, B. & Park, JY. (2006). The Moderating Effect of Online Purchase Experience on the Evaluation of Online Store Attributes and the Subsequent Impact on Market Response Outcomes. *Advance in Consumer Research*, 33, 203-211.
- Jonathan & Prihartono. (2012). *Perdagangan Online Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: Elex Media.
- Jum'yah & Syarfan. L. O. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Memilih Berbelanja Fashion (Pakaian) pada Online Shop Lazada (Survei pada Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4(1).
- Kasmi & Candra, A.N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis *Business to Consumers* untuk Meningkatkan Penjualan produk Makanan Ringan Khas Pringisewu. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara – ISSN: 1693-1688*, 15(2).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (Ed. 12). Jakarta: PT Mancana Jaya Cemerlang.

Kruskal, W. H. (1952). A Nonparametric test for The Several Sample Problem. *The Annals of Mathematical Statistics*.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. (Ed.4). Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, A.W. & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.

Kurniawati, R.A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y.T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin dengan Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2(3).

Lestari, F. A. P. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sosio e-kons*. 10(1).

Lestari, S. B. (2015). *Shopping Online* Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Sosial*. 14(2).

Louis, C. J. (2018). *A Study of Factors Affecting Online Buying Behaviour in Jabodetabek Area*. Skripsi. President University.

Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

Martin-Consuegra, D., & Esteban, A.M. (2007). An Integrated Model of Price, Satisfaction, and Loyalty: An Empirical Analysis in The Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*.

Maulana, H. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Berbelanja Online di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Andalas)*. Skripsi. Universitas Andalas.

McLeod, P. (2008). *E-Commerce: Business, Technology, and Society*. (Ed. 4). NewJersey: PrenticeHall, Inc.

- Mediti, O. C. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 4(4).
- Miftahuddin & Fithriana, AR. (2008). Korelasi Antara Validitas pada Evaluasi yang Digunakan dalam Menilai Hasil Belajar Siswa dengan Hasil Kegiatan MGMP Matematika di Kabupaten Pidie. *Jurnal Matematika, Statistika, dan Komputasi – ISBN: 1858 – 1382*. 4(2).
- Nachrowi, D. (2002). *Penggunaan Teknik Ekonometrika*. Jakarta: PT Roja Grafindo Persada.
- Nandhasari. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan Implikasinya Terhadap Minat Loyalitas (Studi Kasus pada Toko Mahkota Pelanggan)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Noviarni, E. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Online: B2C (Business to Customer) di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad. Edisi 14, Volume II*.
- Nugroho, E. P. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Nurfajari, M. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Informasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Minat Pembelian Ulang Belanja Online*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nurhaidan & Musa, M. I. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*. 3(3).
- Nurlina, R. A. (2013). Pengaruh *Customer Satisfaction Strategy* terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen. *Forum Ilmiah*, 10(2), 172-181.
- Padilah, T.N. & Adam, R.I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika – ISSN:2460-7797*. 5(2).
- Pischetola, M. (2011). Digital Media and Learning Evaluation: A Research on Sustainable Local Empowerment. *Global Media Journal* 11 (18).

- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Neo-Bis*. 9(2).
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2017). Perkembangan Keilmuan Teknik Industri dalam Perkembangan Rantai Pasokan Menuju Era Industri 4.0. *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2017*, 488-496.
- Prihastono, E. (2012). Pengukuran Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web. *Jurnal Dinamika Teknik*. 6(1).
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS Handbook, Analisis Data, Olah Data, dan Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: Mediakom.
- Puspitaningrum, D. A. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas pada Konsumen E-Commerce Tokopedia di Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Putra, E.W, Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 38(2).
- Putra, J.I & Octavia, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Berbelanja *Online* di Provinsi Pulau Jawa. *Jurnal Manajemen Indonesia*. 17(2).
- Rahadi, D. R. (2011). Pengaruh Karakteristik *Website* Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom*. 1(1).
- Ramachandran, K. M. & Tsokos, C.P. (2009). *Mathematical Statistic with Applications*. New York: Elsevier Inc.
- Ratnasari, D. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Metro Pengguna Layanan Go-Ride)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Reichheld, FF., & P. Schefter. (2000). E-Loyalty: Your Secret Weapon on The Web. *Harvard Business Review*. July-August. 105-113.

Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. (Ed. 1). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Setiawan, B. (2015). *Teknis Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.

Siegel, S. (1956). *Nonparametric Statistics for The Behavioral Sciences*. New York: McGraw Hill.

Sinulingga, S. (2011). *Metode Penelitian*. Medan: USU Press.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulaeman, E. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*. 14(2).

Sulistyaningtyas, T., Jaelani, J. & Waskita, D. (2012). Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital. *Jurnal Sosioteknologi*. Edisi 27, Tahun 11.

Susanti, D. A. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, dan Kualitas Produk *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen *Online* Secara Syariah. *Analytica Islamica*. 5(2).

Triwibowo, W. (2019). *Pengaruh Kualitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Skripsi.

Vermaat, S. C. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*. (Ed. 3). Jakarta: Salemba Infotek.

Wajong, A.M.R. & Putri, C.R. (2010). Keamanan dalam Electronic Commerce. *Comtech*. 1(2).

Widhiarso, W. (2010). Catatan pada Uji Linearitas Hubungan. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

Wijaya, P.S., (2018). *Interpretasi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Digital di Surabaya*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Yandi, D.R & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *E-Commerce* Situs Blibli.com dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*. 1(3).

Yoon, S.J. (2002). The Antecedents and Consequences of Trust in Online Purchase Decision. *Journal of Interactive Marketing*. 16(2), 47-63.

Yuliana, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Berganda*. Universitas Udayana

Yuliasri, Islam, M.A., & Ku Amir Ku Daud. (2011). A Study of the Effect on Trust and Attitude with Online Shopping. *International Journal of Digital Society*. Volume 2, Issue 2, page 433-440.

Zeithaml, Valerie, A., Bitner, & Mary Jo. (2003). *Service Marketing*. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York, p.162.

