

DAFTAR PUSTAKA

- “McKinsey Expects Great Growth for Indonesia’s E-Commerce Market,” 2018.
<https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/mckinsey-expects-great-growth-for-indonesia-s-e-commerce-market/item8959?>
- Aditya, Christian, Titik Kusmiantini, Yuli Liestyana. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentu Belanja Online. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 5(2), 130-142.
- Adnan, H. (2014). An Analysis of the Factors Affecting Online Purchasing Behavior of Pakistani Consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 6(5), 133–148.
<https://doi.org/10.5539/ijms.v6n5p133>
- Alwi, T., Handayani, E., 2018, “Keunggulan Bersaing UKM yang dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk”, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol 20, No. 3, 193-202, LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta, DOI:
<http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v20i3.256>
- Bawonol. Adhi., Isanawikrama., Arif Kusumah., Kurniawan Yohanes Jhony. (2018). *Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ)*
- Close, A. G., & Kukar-Kinney, M. (2010). Beyond buying: Motivations behind consumers’ online shopping cart use. *Journal of Business Research*, 63(9), 986-992.
- Covid19.go.id, “Analisis Data COVID-19 Indonesia,” 2020.
<https://covid19.go.id/p/berita/analisis-data-covid-19-indonesia-update-25-oktober-2020> (accessed Nov. 03, 2020).
- Ekonomi.bisnis.com. 2020. Begini Pergeseran Perilaku Konsumen Baru Selama Pandemi Covid-19. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200515/12/1240921/begini-pergeseran-perilaku-konsumen-baru-selama-pandemi-covid-19> (diakses pada 7 Oktober 2020)

- Glints.com. 2020. Ingin Meningkatkan Penjualan? Pahami Dulu Perilaku Konsumen!.
<https://glints.com/id/lowongan/perilaku-konsumen/#.X30NnWgzZhF> (diakses pada 7 Oktober 2020)
- Harahap, Dedy Ansari, Dita Amanah. 2018. Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2), 193-213.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Principles of Marketing Edition 12*. New Jersey : Pearson Education.
- Mahasiswa Harus Ambil Peran Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19
<https://www.rmoljabar.id/bima-arya-mahasiswa-harus-ambil-peran-dalam-menghadapi-pandemi-covid-19>
- Peter, P.J., & Olson, J.C. 2008. *Consumer behaviour and marketing strategy*, (8th Edition). New York: MCGraw-Hill
- Putra, M. R. (2020). Arti PSBB dan 7 Kegiatan yang Dibatasi. Detiknews. detikcom. Retrieved from <https://news.detik.com/berita/d-4975108/arti-psbb-dan7-kegiatan-yang-dibatasi>
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan ketujuh. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen dan Implikasi Dalam Strategi Pemasaran*. Jakarta : PT Prenada Media.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Pengumpulan Data*. Bandung: Refika Asitama
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet : Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Radar Bogor, Transaksi Online Diminati Naik Hingga 5 Kali Lipat
<https://www.radarbogor.id/2020/05/28/hadapi-new-normal-transaksi-online-diminati-naik-hingga-5-kali-lipat/>

Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. PT Rineka Cipta. Jakarta.

Ying Liu, Albert A. Gayle, Annelies WilderSmith and Joacim Rocklöv, 2020. "The reproductive number of COVID19 is higher compared to SARS coronavirus". *Journal of Travel Medicine*, 1-4, doi: 10.1093/jtm/taaa021