

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, R. H., & Primanti, M. R. 2011. Cara cerdas menguasai Eviews. Jakarta: Salemba Empat.
- Annur, C. M. 2020. Belanja Bahan Makanan Meningkatkan selama Pandemi Corona. Kata Data. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/28/belanja-bahan-makanan-meningkat-selama-pandemi-corona>
- APJII. 2020. Laporan Survei Internet APJII 2019-2020-Q2. APJII. <https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>
- Arikunto, S. 2019. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Brilliant, M., Journal, A. A.-A. M., & 2021, U. 2021. The impact of satisfaction and trust on loyalty of e-commerce customers. ASEAN Marketing Journal, 5. <https://scholarhub.ui.ac.id/amj/vol5/iss1/4/>
- Firmansyah, A. 2018. Perilaku konsumen: Sikap dan pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi analisis multivariate dengan program. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM 23 SPSS. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., & Butarbutar, M. (2021). Perilaku Konsumen. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Koeswardhani, M. 2014. Dasar-dasar Teknologi Pengolahan Pangan. Teknologi Pengolahan Pangan, 1–60.
- Kotler, P. & G. A. 2008. Prinsip - Prinsip Pemasaran (Kedua Belas). Erlangga.
- Kotler Philip & Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management. Pearson.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2011. Marketing 11th Edition. USA: South-Western Cengage Learning.
- Listyowati, E., Suryantini, A., Kawistara, I. I.-J. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran dan Buah Secara Online. Journal.Ugm.Ac.Id. <https://doi.org/10.22146/kawistara.41891>
- Lubis, E., & Fauzi, V. 2016. Pemanfaatan instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun brand awareness di kota pekanbaru. JOM Fisip, 3.

- Muchtadi, T. R. 2018. Jenis dan Varietas Holtikultura. Penanganan Dan Pengolahan Hasil Hortikultura, 23.
- Nasrudin, I. W. 2010. Arti, Ruang Lingkup, Peranan, Fungsi dan Pendekatan Studi, serta Karakteristik Produk dan Produksi Pertanian. *Tataniaga Pertanian*, 1–49.
- Nasrullah, R. 2015. Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Pratisia, D., & Nuswantara, B. 2021. Analisis Keputusan Pembelian Sayur Dengan Media Online Di Nyayur.Id Kota Salatiga. *Ziraa'Ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 46(3), 327. <https://doi.org/10.31602/zmip.v46i3.5194>
- Puntoadi, D. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rakasyifa, I., Wibawa Mukti, G., & Raya Jatinangor Sumedang Km, J. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur dan Buah di Ritel Online (Suatu Kasus pada Konsumen Ritel Online di Jakarta). 6(1), 275–289.
- Retor, S. T. 2014. Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Conbloc Indonesia Surya Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3).
- Riduwan dan Kuncoro.2012. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
- Rini, D., Shinta, A., & Isaskar, R. 2012. *Ilmu perilaku konsumen*. Malang. Universitas Brawijaya Press.
- Sagala, H. S., & Sos, S. 2016. *Memahami Organisasi Pendidikan: Budaya dan Reinventing, Organisasi Pendidikan*. Prenada Media.
- Saodah, D. S., & Malia, R. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *AGROSCIENCE*, 7(1), 178–193.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, S., & Anggusti, M. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Simon Kemp. 2021. *Digital 2021: Indonesia*. Hootsutes & We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Sudjana, N. 2005. *Metode Statistika Edisi keenam*. Bandung: PT. Tarsito.

- Sugiarto, M. E., Kumaat, R. M., & Pakasi, C. B. D. 2017. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Buah Di Freshmart Tikala Kota Manado. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 13(1A), 17–32.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Supriyono, & Iskandar, D. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret. *Kelola*, 2(3), 43–59.
- Susilawati, S. 2017. *Mengenal Tanaman Sayuran (Prospek dan Pengelompokan)*. Unsri Press.
- Widi, R. E. 2011. Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, 8(1), 27–34.