

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). *Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur*.
- Aditya Santika, A., Hamonangan Saragih, T., Kartini, D., & Ramadhani, R. (2023). Penerapan Skala Likert Pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen Brilink Menggunakan Random Forest. *11(3)*. <https://doi.org/10.26418/Justin.V11i3>
- Adjie, E. A., Calista, N., Muhtadiin, R. R., Handayani, P. W., & Larasati, P. D. (2023). User Switching Intention From E-Marketplace To E-Pharmacy: The Influence Of Push, Pull, And Mooring Factors. *Informatics In Medicine Unlocked, 43*. <https://doi.org/10.1016/J.Imu.2023.101404>
- Amin, N. F., Garancang Sabaruddin, & Abunawas Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. : : *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*.
- Arsi, A. (2021). *Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss Dosen Pembimbing :Herianto 2 Sekolah Tinggi Agama Islam (Stai) Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi) Kota Makassar, Indonesia Sekolah Tinggi Agama Islam (Stai) Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi) Kota Makassar, Indonesia*.
- Aufa Rifda. (2022, October 17). *Maturity, Merger & Marketing: Bagaimana E-Commerce Indonesia Berkembang Pasca Pandemi?* Iprice.Co.Id. <https://iprice.co.id/insights/id/digital-economy/e-commerce-indonesia-paruh-pertama-2022/>
- Deswitha Saraswati, M., & Wayan Wenagama, I. (2019). *Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Perilaku Konsumen Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern*.
- Faiz Risquallah, A., Anisatur Rosyidah, U., & Dasuki, M. (2023). Analisa Sistem Informasi Alih Media Rekam Medis Berbasis Web Dengan Metode Pieces Di Rsd Dr. R. Soedarsono Kota Pasuruan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 2(5)*, 1609–1622. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V2i5.860>
- Fakultas Ekonomi, U. N. J. (2023). *Pedoman-Skripsi-Riset-Sarjana-Terapan-Fe-Unj-Tahun-2023*.
- Frasquet, M., & Miquel-Romero, M. J. (2021). Competitive (Versus Loyal) Showrooming: An Application Of The Push-Pull-Mooring Framework. *Journal Of Retailing And Consumer Services, 62*. <https://doi.org/10.1016/J.Jretconser.2021.102639>
- Guo, J., Shan, S., Wang, Y., & Khan, Y. A. (2021). Analyzing Chinese Customers' Switching Intention Of Smartphone Brands: Integrating The Push-Pull-Mooring Framework. *Discrete Dynamics In Nature And Society, 2021*. <https://doi.org/10.1155/2021/6660340>
- Hohtoulas. (2020). *Pesatnya Perubahan Perilaku Konsumen Di Tahun 2020 Mendorong Perubahan Tren Digital, Kesehatan, Dan Keberlanjutan, Menurut Pwc Global*. Pwc. <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2020/indonesian/pesatnya-perubahan-perilaku-konsumen-di->

Tahun-2020-Mendorong-Perubahan-Tren-Digital-Kesehatan-Dan-Keberlanjutan.Html

- Kang, I. (2022). A Study On Switching Behavior Of Social Media: From A Dynamic Perspective. *International Trade, Politics And Development*, 6(3), 107–120. <https://doi.org/10.1108/Itpd-08-2022-0015>
- Kredivo. (2020). *Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia*.
- Kurnia Dewi, S., Sudaryanto, A., Studi Keperawatan, P., Muhammadiyah Surakarta, U., & Komunitas, K. (2020). 73 *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta Validitas Dan Reliabilitas Kuisisioner Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah*.
- Kusuma, A. M., & Mahardi, P. (2021). *Analisis Deskriptif Pengembangan E-Modul Berbasis Lectora Inspire Analisis Deskriptif Terhadap Pengembangan Media Pembelajaran E-Modul Interaktif Berbasis Software Aplikasi Lectora Inspire*.
- Lenz, J., Bozakov, Z., Wendzel, S., & Vrhovec, S. (2023). Why People Replace Their Aging Smart Devices: A Push–Pull–Mooring Perspective. *Computers And Security*, 130. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2023.103258>
- Lutpika Uin, I., Kalijaga, S., Indonesia, Y., & Al-Banna, H. (2022). *Switching Behaviour In Using Islamic Digital Banks In Indonesia: Push-Pull Mooring Model*.
- Monoarfa, T. A., Sumarwan, U., Suroso, A. I., & Wulandari, R. (2023). Switch Or Stay? Applying A Push–Pull–Mooring Framework To Evaluate Behavior In E-Grocery Shopping. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/Su15076018>
- Mustajab, R. (2023, September 4). *Pengguna Marketplace Ri Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>
- Muttaqin, F. (2022). Pengaruh Push, Pull, And Mooring Effect Terhadap Switching Intention Konsumen Mobile Legends: Bang Bang Pada League Of Legends: Wild Rift. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2121–2132. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i10.311>
- Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, & Kamaluddin Abunawas. (2023). *Konsep Umum Sampel Dalam Penelitian*.
- Nurfadilah, S. D. (2021a). Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Sukabumi) Analysis Of Changes In E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study On Shopee Consumer In Sukabumi). *International Journal Administration, Business And Organization (Ijabo)* |, 2(1), 16–23. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Nurfadilah, S. D. (2021b). Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Sukabumi) Analysis Of Changes In E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study On Shopee Consumer In

- Sukabumi). *International Journal Administration, Business And Organization (Ijabo)* |, 2(1), 16–23. <https://Ijabo.A3i.Or.Id>
- Nurfadilah, S. D. (2021c). Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Sukabumi) Analysis Of Changes In E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study On Shopee Consumer In Sukabumi). *International Journal Administration, Business And Organization (Ijabo)* |, 2(1), 16–23. <https://Ijabo.A3i.Or.Id>
- Samodro, D., Ummah, A., Wahidin, D. T., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Jakarta, ". (2022). *Pemanfaatan Lokapasar Sebagai Sarana Promosi Dan Pemasaran Digital Bagi Potensi Ekonomi Desa Baros, Kabupaten Serang*. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i2>
- Valerry, M. C., Novandriani, N., & Moeliono, K. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bradermaker Analysis Of Factors Influencing Bradermaker's Purchasing Decision*.
- Widhi Prasetyo, M., Pascasarjana Magister Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Jendral Soedirman, U. (2022). Perilaku Beralih Pelanggan Dalam Pembelian Produk Digital Melalui Aplikasi E-Commerce. In *Bisnis Dan Akuntansi (Jeba)* (Vol. 24). <http://www.qontak.com/blog/perhatikan-5-tren-perilaku-konsumen-e-commerce-di-tahun->
- Ye, D., Liu, F., Cho, D., & Jia, Z. (2022). Investigating Switching Intention Of E-Commerce Live Streaming Users. *Heliyon*, 8(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11145>
- Yu, S. W., Liu, J. Y., Lin, C. L., & Su, Y. S. (2022). Applying The Push-Pull Mooring To Explore Consumers' Shift From Physical To Online Purchases Of Face Masks. *Mathematics*, 10(24). <https://doi.org/10.3390/math10244761>
- Zulaiha, C., Sinaga, F., & Rusli, P. (2019). *Penerapan Metode Inkuiri Terbimbing Berbantuan Worksheet Dan Problemsheets Menggunakan Multi Modus Representasi*. 65–71. <http://journal.unucirebon.ac.id/index.php/jpfs>