

DAFTAR PUSTAKA

- Adliyani, Z. O. N. (2015). Pengaruh Perilaku Individu terhadap Hidup Sehat. *Perubahan Perilaku Dan Konsep Diri Remaja Yang Sulit Bergaul Setelah Menjalani Pelatihan Keterampilan Sosial*, 4(7), 109–114.
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *ResearchGate, June*, 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- Amalia, R., & Fadholi, A. N. (2013). Teori Behavioristik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–11.
- Anugrah, G. . (2017). Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang). *Studi Kasus Concept Photography Serang*, 1, 116.
- Apriadi & Saputra. (2017). Jurnal Resti. *Resti*, 1(1), 19–25.
- Aprianti, A. (2017). *JURNAL LISKI | Vol. 3. No. 1 | 2017* . 3(1), 89–108.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, April, 1–10.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Bone, U. M. (2019). *SEMIOTIK. January*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Damayanti, A. (2017). Analisis Faktor Predisposisi Yang Berhubungan Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Pemberantasan Sarang Nyamuk (Psn) Di Rw 004 Kelurahan Nambangan Kidul Kecamatan Manguharjo Kota Madiun Tahun 2017. *SKRIPSI S1 Keperawatan STIKes Bhakti Husada Mulia Madiun, 11150331000034*, 1–147.
- Faatiha, M. R. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran bakul tape ketan untuk bertahan selama pandemi covid-19 melalui media sosial instagram*.
- Fauziah, A., Nugroho, D. W. pratito sri, & Wardana, E. S. (2021). KEPUASAN PELANGGAN BELANJA ONLINE (Pada Marketplace Tokopedia Situs

www.tokopedia.com/klikbarcode). *Solusi*, 19(2), 80–91.

<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3156>

Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior S. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*, 1–23.

Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. December.

<https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>

Guzman, Kurniawan Candra & Oktarina, N. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL UNTUK MENUNJANG CITRA LEMBAGA. *An Oak Spring Sylva*, 7(1), xxvii–xxviii. <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>

Hasanah, N., & Pohan, R. (2018). Persepsi Kontributor Televisi Tentang Keberadaan Citizen Journalism. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 15.

<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1463>

Hernawan, M., & Harimurti, C. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartfren. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(4), 314–323.

Ilhami, D. Y. (2019). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Jember Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember*. 68–74.

Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.

<https://doi.org/10.52005/bisnisman.v3i2.45>

Jacinda, A. (2016). Perilaku Konsumen Dalam Memilih Rever Academy Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 4, 2–10.

- Marco & Ningrum. (2017). *ANALISIS SISTEM INFORMASI E-MARKETPLACE PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) KERAJINAN BAMBUSUSUN BRAJAN*.
- Marniasih. (2019). Analisis Perilaku Menabung Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar Negeri Ngulanan 1 Dander Kelas III. *ウイルス*, 52(1), 1–5.
- Masitoh. (2020). *PENDEKATAN DALAM ANALISIS WACANA KRITIS*.
- Mira Erlinawati, W. N. (2017). Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online. *Serambi Hukum*, 11(01), 27–40.
- Monggilo, Z. M. Z., Komunikasi, D. I., Sosial, F. I., & Politik, I. (2020). *ANALISIS KONTEN KUALITATIF HOAKS DAN LITERASI DIGITAL DALAM @ KOMIKFUNDAY*. 9(1), 1–18.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Pambudi, R. S. (2013). Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Prabowo, A., & Heriyanto. (2013). Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-Book) Oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang [Analysis of the Utilization of Electronic Books (E-Books) by Pemustaka at the SMA Negeri 1 Semarang Library]. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(2), 1–9.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/3123>
- Prima, P. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung. *Universitas Kristen Satya Wacana*, 5–24.
- Putri, A. E. (2018). *Perilaku Konsumen Online Sebagai Embedded Smartphone dikalangan Pekerja (Studi Deskriptif pada Pekerja Pengguna Jasa Online di*

- Tangerang). <http://eprints.untirta.ac.id/1201/>
- Rachmayanti, A., & Candrasari, Y. (2022). Perilaku Cyberbullying di Instagram. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–12.
- Rahardjo, M. (2008). *Sejarah Penelitian Kualitatif: 1 dan 2*, 1–9.
<https://docplayer.info/46706150-Sejarah-penelitian-kualitatif-penelitian-etnografi-sebagai-titik-tolak.html>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (Revisi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ritasari. (2019). PARTISIPASI ORANG TUA DALAM MEMBENTUK ETIKA REMAJA DI DESA BONTOSUNGGU KECAMATAN TAMALATEA KABUPATEN JENEPONTO. *ウイルス*, 52(1), 1–5.
- Rofifah, D. (2020). Analisis Kemampuan Representasi Matematis Menyelesaikan Soal Materi Persamaan dan Fungsi Kuadrat setelah Mengalami Proses Pembelajaran Dengan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe STAD Pada Siswa Kelas XI DI SMK Sanjaya PAKEM Tahun Ajaran 2020/2021. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Rorimpandey, P. A., & Kalangi, J. S. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path. *Acta Diurna*, 5(3).
<https://media.neliti.com/media/publications/94529-ID-perilaku-komunikasi-mahasiswa-pengguna-s.pdf>
- Sari, M. (2014). Perilaku Merokok Di Kalangan Anak Sekolah Dasar. *Skripsi*, 38–52.
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OJSzGg5SgnIJ:repository.unib.ac.id/9167/+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-Service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53,

Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)

Shopee.co.id. (2021). *Ketentuan Layanan Shopee*. <https://shopee.co.id/docs/3001>

Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>

Susanti, H. D., Arfamaini, R., Sylvia, M., Vianne, A., D, Y. H., D, H. L., Muslimah, M. muslimah, Saletti-cuesta, L., Abraham, C., Sheeran, P., Adiyoso, W., Wilopo, W., Brossard, D., Wood, W., Cialdini, R., Groves, R. M., Chan, D. K. C., Zhang, C. Q., Josefsson, K. W., ... Aryanta, I. R. (2017). Persepsi Mahasiswa pada Jasa Belanja Online Shopee. *Jurnal Keperawatan. Universitas Muhammadiyah Malang*, 4(1), 724–732. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>

Tomohon, D. I. K. (2021). Perilaku Birokrasi Pelayanan Izin Mendirikan Bangunan Di Kota Tomohon. *Jurnal Politico*, 10(4), 1–13.

Totok Subianto. (2016). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda. *Ekonomia*, 5(3), 298–312.

UU RI RI No. 41. (1999). Presiden republik indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan*, 2003(1), 1–5. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWxrKeif7eAhVYfysKHcHWAOWQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ojk.go.id%2Fid%2Fkanal%2Fpasar-modal%2Fregulasi%2Fundang-undang%2FDocuments%2FPages%2Fundang-undang-nomo>

Valerie Joan. (2021). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand*

Lokal Terfavorit. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>

- Wahyuni, N., Irman, A. S. M., & Gunawan, A. (2019). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 6(1).
- Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>
- Adliyani, Z. O. N. (2015). Pengaruh Perilaku Individu terhadap Hidup Sehat. *Perubahan Perilaku Dan Konsep Diri Remaja Yang Sulit Bergaul Setelah Menjalani Pelatihan Keterampilan Sosial*, 4(7), 109–114.
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *ResearchGate*, June, 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- Amalia, R., & Fadholi, A. N. (2013). Teori Behavioristik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–11.
- Anugrah, G. . (2017). Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang). *Studi Kasus Concept Photography Serang*, 1, 116.
- Apriadi & Saputra. (2017). *Jurnal Resti*. *Resti*, 1(1), 19–25.
- Aprianti, A. (2017). *JURNAL LISKI | Vol. 3. No. 1 | 2017* 3(1), 89–108.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, April, 1–10.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Bone, U. M. (2019). *SEMIOTIK*. January.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Damayanti, A. (2017). Analisis Faktor Predisposisi Yang Berhubungan Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Pemberantasan Sarang Nyamuk (Psn) Di Rw

004 Kelurahan Nambangan Kidul Kecamatan Manguharjo Kota Madiun Tahun 2017. *SKRIPSI S1 Keperawatan STIKes Bhakti Husada Mulia Madiun, 11150331000034*, 1–147.

Faatiha, M. R. (2021). *Strategi komunikasi pemasaran bakul tape ketan untuk bertahan selama pandemi covid-19 melalui media sosial instagram.*

Fauziah, A., Nugroho, D. W. pratito sri, & Wardana, E. S. (2021). KEPUASAN PELANGGAN BELANJA ONLINE (Pada Marketplace Tokopedia Situs www.tokopedia.com/klikbarcode). *Solusi*, 19(2), 80–91.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3156>

Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior S. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala*, 1–23.

Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen. December.*
<https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>

Guzman, Kurniawan Candra & Oktarina, N. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL UNTUK MENUNJANG CITRA LEMBAGA. *An Oak Spring Sylva*, 7(1), xxvii–xxviii. <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>

Hasanah, N., & Pohan, R. (2018). Persepsi Kontributor Televisi Tentang Keberadaan Citizen Journalism. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 15.
<https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1463>

Hernawan, M., & Harimurti, C. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartfren. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(4), 314–323.

Ilhami, D. Y. (2019). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Jember Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember.* 68–74.

- Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33.
<https://doi.org/10.52005/bisnisman.v3i2.45>
- Jacinda, A. (2016). Perilaku Konsumen Dalam Memilih Rever Academy Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 4, 2–10.
- Marco & Ningrum. (2017). *ANALISIS SISTEM INFORMASI E-MARKETPLACE PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) KERAJINAN BAMBU DUSUN BRAJAN*.
- Marniasih. (2019). Analisis Perilaku Menabung Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar Negeri Ngulanan 1 Dander Kelas III. *ウイルス*, 52(1), 1–5.
- Masitoh. (2020). *PENDEKATAN DALAM ANALISIS WACANA KRITIS*.
- Mira Erlinawati, W. N. (2017). Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online. *Serambi Hukum*, 11(01), 27–40.
- Monggilo, Z. M. Z., Komunikasi, D. I., Sosial, F. I., & Politik, I. (2020). *ANALISIS KONTEN KUALITATIF HOAKS DAN LITERASI DIGITAL DALAM @ KOMIKFUNDAY*. 9(1), 1–18.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Pambudi, R. S. (2013). Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Prabowo, A., & Heriyanto. (2013). Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-Book) Oleh Pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang [Analysis of the Utilization of Electronic Books (E-Books) by Pemustaka at the SMA Negeri 1 Semarang Library]. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(2), 1–9.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/3123>

Prima, P. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung. *Universitas Kristen Satya Wacana*, 5–24.

Putri, A. E. (2018). *Perilaku Konsumen Online Sebagai Embedded Smartphone dikalangan Pekerja (Studi Deskriptif pada Pekerja Pengguna Jasa Online di Tangerang)*. <http://eprints.untirta.ac.id/1201/>

Rachmayanti, A., & Candrasari, Y. (2022). Perilaku Cyberbullying di Instagram. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–12.

Rahardjo, M. (2008). *Sejarah Penelitian Kualitatif: 1 dan 2*, 1–9.
<https://docplayer.info/46706150-Sejarah-penelitian-kualitatif-penelitian-etnografi-sebagai-titik-tolak.html>

Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (Revisi)*. Simbiosia Rekatama Media.

Ritasari. (2019). PARTISIPASI ORANG TUA DALAM MEMBENTUK ETIKA REMAJA DI DESA BONTOSUNGGU KECAMATAN TAMALATEA KABUPATEN JENEPONTO. *ウイルス*, 52(1), 1–5.

Rofifah, D. (2020). Analisis Kemampuan Representasi Matematis Menyelesaikan Soal Materi Persamaan dan Fungsi Kuadrat setelah Mengalami Proses Pembelajaran Dengan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe STAD Pada Siswa Kelas XI DI SMK Sanjaya PAKEM Tahun Ajaran 2020/2021. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.

Rorimpandey, P. A., & Kalangi, J. S. (2016). Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path. *Acta Diurna*, 5(3).
<https://media.neliti.com/media/publications/94529-ID-perilaku-komunikasi-mahasiswa-pengguna-s.pdf>

Sari, M. (2014). Perilaku Merokok Di Kalangan Anak Sekolah Dasar. *Skripsi*, 38–52.

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OJSzGg5SgnIJ:repo>

sitory.unib.ac.id/9167/+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id

- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-Service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Shopee.co.id. (2021). *Ketentuan Layanan Shopee*. <https://shopee.co.id/docs/3001>
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Susanti, H. D., Arfamaini, R., Sylvia, M., Vianne, A., D, Y. H., D, H. L., Muslimah, M. muslimah, Saletti-cuesta, L., Abraham, C., Sheeran, P., Adiyoso, W., Wilopo, W., Brossard, D., Wood, W., Cialdini, R., Groves, R. M., Chan, D. K. C., Zhang, C. Q., Josefsson, K. W., ... Aryanta, I. R. (2017). Persepsi Mahasiswa pada Jasa Belanja Online Shopee. *Jurnal Keperawatan. Universitas Muhammadiyah Malang*, 4(1), 724–732. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- Tomohon, D. I. K. (2021). Perilaku Birokrasi Pelayanan Izin Mendirikan Bangunan Di Kota Tomohon. *Jurnal Politico*, 10(4), 1–13.
- Totok Subianto. (2016). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda. *Ekonomia*, 5(3), 298–312.
- UUD RI RI No. 41. (1999). Presiden republik indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan*, 2003(1), 1–5.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWxrKeif7eAhVYfysKHcHWAOWQFjAAAgQICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ojk.go.id%2Fid%2Fkanal%2Fpasar-modal%2Fregulasi%2Fundang-undang%2FDocuments%2FPages%2Fundang-undang-nomo>

Valerie Joan. (2021). *Produk Kecantikan Tembus Transaksi 20 Miliar, Brand Lokal Terfavorit*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/penjualan-produk-kecantikan/>

Wahyuni, N., Irman, A. S. M., & Gunawan, A. (2019). Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku Ukm Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 6(1).

Wijaya, E., & Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>