

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. &. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: PT Andi.
- Abolfazlo, S. A. (2017). Effect of Electronic Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Saderat Bank's Customers. *Sci Stud* 2017;5(4):407-411.
- Amalia, I. P. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Loyalty Pada Aplikasi KAI Access Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening.
- Ariefandi, V. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E- Customer Loyalty (Studi Kasus Pada Konsumen Pegipegi di Indonesia).
- Ario Arzaq Akbar, T. D. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.co.id. *e-Proceeding of Management: Vol.3, No.1. ISSN: 2355-9357.*
- CNBCINDONESIA. (2020). 1 Tahun LinkAja: Masih Kalah dari OVO & Dana, Diancam Shopee! From <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200630121045-37-169026/1-tahun-linkaja-masih-kalah-dari-ovo-dana-diancam-shopee>
- Databoks.katadata. (2020). Berapa Nilai Transaksi Fintech di Indonesia? From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/10/berapa-nilai-transaksi-fintech-di-indonesia>
- Diawan, N. S. (2019). The Effect of E-Service Quality on E-Loyalty Through E-Satisfaction on Studies of OVO Application Users at The Faculty of Economics and Business, University of North Sumatra, Indonesia. *Jurnal Eropa Studi Manajemen dan Pemasaran, Vol,4 , Isu 1.*
- Fakhroddin, N. (2019). A Systematic Mapping Study On Gamification Applied To E- Marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing.*
- Fitriani, A. (2018). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E- Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C Shopee).

- Gamal Mohamed Shehata, M. A. (2019). Driving the internet and e-business technologies to generate a competitive advantage in emerging markets: Evidence from Egypt. *Information Technology & People*, ISSN: 0959-3845.
- Ghozali, I. (2013). *Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdalah, A. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-customer Satisfaction dan E- Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi MyIndihome.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Hootsuite. (2020). 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. From <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Hootsuite. (n.d.). Hasil research indikator digital utama negara Indonesia 2019. From <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020>
- Husaini, A. (2020, Agustus). kontan.co.id. From <https://keuangan.kontan.co.id/news/snapcart-indonesia-riset-pertumbuhan-e-wallet-dalam-tiga-bulan-ini-hasilnya>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Managemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Junardi Me, M. S. (2019). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pelanggan JD.ID di Pontianak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No.1.
- Keuangan.kontan. (2020). Snapcart Indonesia riset pertumbuhan e-wallet dalam tiga bulan. From <https://keuangan.kontan.co.id/news/snapcart-indonesia-riset-pertumbuhan-e-wallet-dalam-tiga-bulan-ini-hasilnya>
- Oryza, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa/I Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Lazada).

Perwira. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang Melakukan Transaksi Pembelian Online dengan Mobile Application Tokopedia). *Jurnal Administrasi Bisnis* ,Vol.38 No.2.

Prisanti, M. D. (2017). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trus Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap Ecustomer Loyalty (Studi Pada Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang). *Journal Of Business Studies*.

Rami Mohammad Al-dweeri, Z. M.-d. (2017). The Impact of E-Service Quality and E – Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E – Satisfaction and E-Trust. *International Journal of Marketing*

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. BAndung: Alfabeta CV.

Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction pada Pengguna di Situs Tokopedia. *Jurnal AGORA*, Vol. 6, No. 1,.

Zubair, M. A. (2019). An assessment of E-Service Quality, e-satisfaction and e-loyalty Case of online shopping in Pakistan. *South Asian Journal of Business Studies*, vol. 8 no. 3.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

PENGARUH SELF-MONITORING TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK HAND SANITIZER (STUDI TERHADAP MAHASISWA DI INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19)

Responden yang saya hormati,

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir yang sedang saya lakukan di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom dengan judul **PENGARUH SELF-MONITORING TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK HAND SANITIZER (STUDI TERHADAP MAHASISWA DI INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19)**

dengan ini saya mohon kesediaan saudara/I untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Setiap jawaban yang saudara/I berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi penelitian saya.

Demikian, atas bantuannya saya ucapkan terimakasih,

Sidoarjo, 2021

Bagian I. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda sesuai dengan pilihan anda di setiap pertanyaan yang diberikan. Berilah tanda (√) pada kolom yang tersedia.
2. Jawaban dalam kuesioner ini terdiri dari lima pilihan, antara lain:
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (ST)
 - c. Cukup Setuju (CS)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)