

REFERENCES

- Agustini, N. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 9 No. 1.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia . (2021). *Pengguna Jasa Internet Indonesia* . Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet.
- Ayu, K., Setiadi, A., & Ekowati, T. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kota Semarang. *Agrimedia*, Vol 38 No.2.
- Aziz, A. (2012). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, Vol. 10 No.1.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Presentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet di Provinsi Banten*. Serang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Produksi Tanaman Sayuran*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Hortikultura*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Banten Dalam Angka*. Serang: Badan Pusat Statistik.
- Bagus, I. G. (2011). Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian. *Singhadwala*.
- Chen, H. (2018). What Drives Consumers Mobile Shopping? 4Ps or Shopping Preferences? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol.30 No.4, 797-815. doi:<https://doi.org/10.1108/APJML-08-2017-0167>

- D'Alessandro, S., Girardi, A., & Tiangsoongnern, L. (2012). Perceived Risk and Trust as Antecedents of Online Purchasing Behavior in the USA Gemstone Industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Dewi, L. M. (2008). E-Commerce: Pasar Maya di Dunia Nyata. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar, Vol. 12 No.1*.
- Faisal, Indra, & Romano. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran Di Kota Banda Aceh (E-Commerce Effect on Consumer Buying Interest In Vegetable Products In Banda Aceh City) Program Studi Agribisnis , Fakultas Pertanian , Universitas Syiah Kuala PEND. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian, 5(4), 63–71*.
- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *Jurnal STMIK Pontianak, Vol. 12 No.1*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gong, W., Stump, R. L., & Maddox, L. M. (2013). Factors Influencing Consumers Online Shopping in China. *Journal of Asia Business Studies, Vol.7 No.3, 214-230*. doi:<https://doi.org/10.1108/JABS-02-2013-0006>
- Hernandez, B., Jimenez, J., & Martin, M. J. (2010). Age, Gender and Income: Do They Really Moderate Online Shopping Behaviour? *Online Information Review, Vol.35 No.1, 113-133*. doi:<https://doi.org/10.1108/14684521111113614>
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. New York: John Willey & Sons.
- Ismail, I. (2018). Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Konsumsi Beras di Kecamatan Asparaga Kabupaten Gorontalo. *Gorontalo Development, Vol. 1 No.1*.
- Kusbaryunadi, M., Budiarto, & Wuryani, S. (2014). Analisis Faktor Demografi Dalam Keputusan Pembelian Buah di Kota Yogyakarta. *Agro UPY, Vol. V No.2*
- Maheswara, A. A., Windiarso, A. A., & Ahmad, F. R. (2020). E-Sayur: Platform Jual Beli Sayur. *Journal UII*.

- Maria, N. S., & Widayanti, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6 No.2. doi:<https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3801>
- Marlinda, V., Basri, S., & Setiawan, D. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Belanja Online pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *JOM FEB*, Vol.7.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29 No. 1.
- Meitasari, D., Mutisari, R., & Widyawati, W. (2020). Pengaruh Sosio-Demografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura Pada Online Market. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(4), 959–972.
- Naibaho, R. S. (2017). Peranan dan Perencanaan Teknologi Informasi dalam Perusahaan. *Jurnal Warta Edisi* : 52.
- Nicholson, W., & Synder, C. (2010). *Intermediate Microeconomics, Eleventh Edition*. USA: Cengage Learning.
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2006). The Effect of Information Satisfication and Relational Benefit of Consumers Online Site Commitments. *Electronic Commerce in Organizations*.
- Pearson, M. L. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics*. Upper Saddle River: NJ Pearson Education Limited.
- Pitaloka, D. (2017). Hortikultura: Potensi, Pengembangan dan Tantangan. *Jurnal Teknologi Terapan*, Vol. 1 No.1.
- Pramudyo, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pasar Tradisional di Kabupaten Sleman). *Journal of Business Theory and Implementation*, Vol 6, No 1. doi:<https://doi.org/10.18196/jbti.v6i1.1388>
- 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>
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi dan Makroekonomi)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2012). *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rohmah, S., Baroh, I., & Ariyadi, B. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Sayur dalam Sistem Pembelian Online di CV. Kira Ermina Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(1), 235–244. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.22>
- Sakoikoi, J., & Priyanto, S. H. (2019). Determinan Kepuasan Belanja Konsumen Sayur Online. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(2), 170. <https://doi.org/10.24843/soca.2019.v13.i02.p03>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). *Ilmu Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Saodah, D. S., & Malia, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *Journal Agroscience, Vol.7 No.1*.
- Sapi'i. (2019). Transaksi Jual Beli Online Melalui Internet (E-Commerce) Perspektif Hukum Islam di Kota Samarinda. *Al-Falah, Vol. XIX No. 1*.
- Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*, 4(2), 205–216.
- Septiadi, D., & Nursan, M. (2020). Optimasi Produksi Usaha Tani Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Petani Sayuran di Kota Matara,. *Jurnal AGRIFO*.
- Shellia, R. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran pada Toko Sayur di Yogyakarta Studi Kasus di Toko Sayur di Sleman dan Bantul, Yogyakarta*. 1–179. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/23716>
- Silitonga, J., & Salman. (2014). Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pertanian, Volume XXIX Nomor 1*.
- Sugiarto, Herlambang, T., Kelanda, S., Brastoro, & Sudjana, R. (2007). *Ekonomi Mikro: Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukirno, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarsono, S. (2007). *Ekonomi Mikro Teori dan Soal Latihan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Suparmoko. (2018). *Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Ekonomi Bisnis)*. Yogyakarta: BPFE.
- Suparmoko, M. (2011). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Supranto, J. (2010). *Metode Riset*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sutiarto, M. A., Sumarwan, U., & Setiawan. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Via Online. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 196–206.
- Tierney, H. (1999). *Women's Studies Encyclopedia*. New York: Greenwood Publishing Group.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2010). *Pemasaran Strategi Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tsana, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Transaksi Belanja Online via Platform Marketplace (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol 8 No.2.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M., Chung, H. M., & Chung, M. (2002). *Electronic Commerce 2002: A Managerial Perspective (2nd Edition)*. New York: Prentice Hall.
- Vydiamanta, V., Usep Suhud, & Ika Febrilia. (2021). Keputusan Konsumen Membeli Sayur Menggunakan Aplikasi Online : Apakah WoM dan Kualitas Produk Mempengaruhi? *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 12(2), 335–353. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.012.2.09>
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Wiltshire, A. H. (2016). The Meanings of Work in a Public Work Scheme in South Africa. *International Journal of Sociology and Social Policy*.
- Zheng, Q., Chen, J., Zhang, R., & Wang, H. H. (2020). What Factors Affect China Consumers Online Grocery Shopping? Product Attributes, e-vendor

Characteristics and Consumer Perceptions. *China Agricultural Economic Review*, Vol.12 No.2, 193-213. doi:<https://doi.org/10.1108/CAER-09-2018-0201>

