

REFERENCES

- Alonso-Almeida, M.D.M., Bernardo, M., Llach, J., Marimon, F. (2014). *Building Loyalty Through Functional and Hedonic Quality*.
- Amir, N.O., Sudiby, R.P., Hasanah, M.A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Terhadap Kinerja Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo, Kota Batu*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) Volume 4, Nomor 2.
- Amiroh, A., Haribowo, P. (2018). *Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Garuda Indonesia (Persero) TBK Branch Office Semarang*. Admisi & Bisnis Volume 18 no 3.
- Apriliani, M.R., Abdillah, Y. (2018). *Pengaruh E-service Quality Terhadap Perceived Value dan Dampaknya Terhadap Customer Satisfaction (Survei pada Mahasiswa SI Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Melakukan Transaksi Pembelian Online dengan Website Lazada.co.id)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 64, no 2.
- Berbegal-Mirabent, J., Mas-Machuca, M., & Marimon, F. (2016). *Antecedents of online purchasing behavior in the tourism sector*.
- Bernardo, M., Marimon, F., & Alonso-Almeida, M.D.M. (2012). *Functional Quality and Hedonic Quality: A Study of the Dimensions of e-Service Quality in Online Travel Agencies*.
- Diansyah., Nurmalasari, A.I. (2017). *Pengaruh Pemasaran Internet dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kesadaran Merek Sebagai Variable Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*. Journal of Business Studies.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani., & Rayendra, A. (2019). *Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap*.
- Hootsuite. (2020). Indonesian Digital Report 2020. Taken from: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> (Accessed on June 11 2020)

- Indrata, S.L., Susanti, C.E., Kristanti, M.M. (2017). *Pengaruh Perceived Value dan E-service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek di Surabaya*. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA) Vol 6 no 2 Desember 2017.
- Infopromodiskon. (2015). Profile Grand Mall Bekasi. Taken from: <https://infopromodiskon.com/mall/profile/grand-mall-bekasi/>. (Accessed on June 20 2020)
- Jayabaya, P., Mediawati, P.N. (2018). *Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Pengguna Kereta Api Melalui Aplikasi Mobile KAI Access*.
- Katarika, D.M., Syahputra. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop di Bandung*. Jurnal Ecodemica, Vol.1 No.2.
- Khan, A.S., Bilal, M., Saif, M., Shehzad, M. (2020). *Impact of Digital Marketing on Online Purchase Intention: Mediating Effect of Brand Equity & Perceived Value*.
- Kompas. (2019). Evolusi Ritel dan Pusat Perbelanjaan di Jakarta. Taken from: <https://properti.kompas.com/read/2019/01/12/222300521/evolusi-ritel-dan-pusat-perbelanjaan-di-jakarta?page=all> (Accessed on June 10 2020)
- Laksana, D., Dharmayanti, D. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variable Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat di Jawa Timur*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.12 no 1.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandy, A. & Priadana, S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Ompusunggu, W.C. (2018). *Pengaruh Produk, Distribusi, dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean Pop*.
- Pojokbekasi. (2020). Mall di Bekasi Masih Sepi Pengunjung. Taken from: <https://bekasi.pojoksatu.id/baca/mal-di-bekasi-masih-sepipengunjung>. (Accessed on August 22 2020)

- Pramuaji, K.A., Loekmono, L. (2018). *Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian: Questionnaire Empathy*. Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha Volume 9 no 2.
- Sari, D.M.F.P., Dwiya, K.G.S. (2018). *Strategi Digital Marketing, WORD of MOUTH (WOM), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Gojek*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis.
- Timoer, F.C., Trenggana, A.F.M. (2019). *Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Ditinjau dari Strategi Bauran Pemasaran di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Pasar Palasari dan Griya Buah Batu)*. Jurnal Ilmiah MEA.
- Widiaputri, Y.S., Suharyono, S., Bafadhal, A.S. (2018). *Pengaruh E-service Quality Terhadap Perceived Value dan E-customer Satisfacion (Survei pada Pelanggan Go-ride yang menggunakan Mobile Application Go-jek di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska.
- Wijaya, A., Semuel, H., Japariato, E. (2013). *Analisa Pengaruh Perceived Quality Terhadap Perceived Value Konsumen Pengguna Internet Mobile XL di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA Vol.1 no.1.