

Daftar Pustaka

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi Pemodelan Teoritis, Pengukuran dan Pengujian Statistis*. (R. I. Utami, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, P. K. (2018). *Principles od Marketing (edition 17)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Angelia, D. (2022, Juni 10). Diambil kembali dari goodstats.id:
<https://goodstats.id/article/8-startup-edukasi-paling-populer-di-indonesia-q1-2022-pB6NP>
- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Assael, H. (2014). *Consumer Behavior a Strategic Approach*. Houghton Mifflin.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Babin, B., & Zikmund, W. (2015). Exploring Marketing Research, 11th Edition, . *Aslib Proceedings*. doi: 10.1108/eb049676.
- Bhatti, A. A., & Khan, A. U. (2020). International Journal of Future Generation Communication and Networking. *E-commerce trends during COVID-19 Pandemic E-commerce trends during COVID-19 Pandemic*.
- Burhan, F. A. (2021, Januari 7). Diambil kembali dari
<https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5ff68c3b68399/tertolong-pandemi-ruangguru-raih-22-juta-pengguna-baru-selama-2020>
- Chang, H., Eckman, M., & Yan, R. (2011). Application of the Stimulus-Organism-Response Model to the Retail Environment: The Role of Hedonic Motivation in Impulse Buying Behavior. *The International Review of Retail, Distribution, and Consumer Research*, 21(3),233-249.
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Equilibrium : Jurnal Pendidikan. *Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19*, E-ISSN: 2339-2401/P-ISSN: 2477-0221, Vol.IX. Issu 1. Januari - April 2021, 18-24.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Detik, T. (2020, April 26). Diambil kembali dari news.detik.com:
<https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri>
- Emir, Asilah, Halim, Hazwani, Hedre, Asyikin, . . . Saiful. (2016). Factors Influencing Online Hotel Booking: A Conceptual Framework from Stimulus-

- Organism-Response Perspective. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 2. 129-134.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications. *Journal of Business Research*, 54(2), 177-184.
- Fadli, d. R. (2022, Oktober 4). Diambil kembali dari <https://www.halodoc.com/artikel/status-pandemi-Covid-19-diprediksi-akan-dicabut-who>
- Firdias, A., Mawardi, M. K., & Irawan, A. (2018). PENGARUH FEAR APPEALS TERHADAP MOTIVASI MEMBELI (Survei pada Perokok Remaja Usia 13 sampai 19 Tahun di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol. 59 No. 1 (2018): JUNI.
- Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. . Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: BP UNDIP.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi kelima*. Yogyakarta: BPF.
- Glascoff, D. (2000). A Meta-Analysis of Fear Appeals. *Implications for Effective Public Health Campaigns. Marketing Health Services*, 20(4), 35+.
- Gore, P., Madhavan, S., Curry, D., & McClurg, G. (1998). Persuasive Messages. *Marketing Health Services*, 18(4), 32-43.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Manajemen: Volume 6, Nomor 01*.
- Hardani. (2020). *Metode penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hardianto, A. W. (2019). ANALISIS STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE MODEL PADA “DOVE CAMPAIGN FOR REAL BEAUTY” 2004 – 2017. *Jurnal Transaksi Vol. 11, No. 1 ISSN 1979-990X*, 66.
- Hartono, J. M., & W, A. (2014). *Konsep Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris, Edisi Pertama. Cetakan Kedua*. Yogyakarta: BPF.
- Hatmawan. (2020). *Metode Riset Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Jakarta: Deepublish.

- Hetharie, J. A. (Volume 11, 2012). Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon) . *Jurnal Manajemen Teknologi*.
- Hindayati, M., & Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. UM Purwokerto Press.
- J, S. (2020). *Journal of Business Research*. *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits?*, 117, pp. 280–283.
doi:10.1016/j.jbusres.2020.05.059.
- Jacklin. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA, Vol 7, No 1, Januari*.
- Jatmiko, B. (2022). *International Journal of Community Service Learning*. *Pelatihan Optimalisasi Media Pembelajaran Daring untuk Menunjang*, 20–29.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* . Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- kotler, P. (2016). *Marketing Management*. USA: Pearson Education.
- LaTour, M. S., Snipes, R. L., & Bliss, S. J. (1996). Don't Be Afraid to Use Fear Appeals: An Experimental Study. *Journal of Advertising Research*, 36(2), 59-68.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Magdalena, A. &. (2018). Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra. *Analisis Antara E-Service Quality, E-Satisfaction, dan ELoyalty Dalam Konteks ECommerce Bibli*, vol. 5, no. 2, pp. 1–11.
- McCarthy, J. (1968). *Basic Marketing. A Managerial Approach*. Homewood: IL:Irwin.
- Meagan, B. (2014). Fear as a Motivator in Health Campaigns. *Clemson University, Clemson: All Theses*, Paper 19-35.
- Mehrabian, A., & Belk, J. A. (1974). *An approach to environmental* . Cambridge, MA: MIT Press.
- Mudhita, S., Setiawan, S., Kurniawati, L. S., Marta, R. F., & Chinmi, M. (2021). Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4(1). *KOMPARASI EFEKTIFITAS KOMUNIKASI PADA BIMBINGAN BELAJAR KONVENSIONAL DENGAN RUANGGURU DI MASA PANDEMI COVID-19*, 49-57.

- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 2 No. 2, 2014*, p119-128.
- Park, E., Kim, E. Y., & Forney, J. (2005). A Structural Model of Fashion Oriented Impulse Buying Behavior. *Journal of Fashion Marketing and Manajement*, 10 (4): 433-446.
- Prof. Dr. Ujang Sumarwan, M. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- PT. Ruang Raya Indonesia. (2022, Okotober 26). Diambil kembali dari www.ruangguru.com: <https://www.ruangguru.com/about-us>
- Purwanto. (2008). *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Putri, N. A., M.S, Z., & H, O. S. (2021). Jurnal Basicedu. *Faktor-Faktor Penyebab Peningkatan Nilai Siswa Sekolah Dasar dalam Pembelajaran Jarak Jauh pada Masa Pandemi Covid-19*, 2164-2170.
- Rahmad Solling Hamid, S. M., & Dr. Suhardi M Anwar, D. M. (2019). *Konsep Dasar dan Aplikasi Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Yogyakarta: PT. Inkubator Penulis Indonesia.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research and development*. Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sanjaya, & Kusasih, D. S. (2012). Pengaruh Fear Appeals, Endorser dan Jingle dalam Iklan Suzuki Nex di Televisi Versi Band Sm*sh terhadap Respon Konsumen. *Jurnal Graduasi*, 59-70.
- Sayed, I. M., Farrag, D. A., & Belk, R. W. (2013). The Effects of Physical Surroundings on Egyptian Consumers' Emotional States and Buying Intentions. *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 16(1) 2003.
- Sekaran, & Bougie. (2016). *Reseach Methods for Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant .
- Silaban, B. E. (2019). PENGARUH STIMULI PEMASARAN; PRODUCT/SERVICE, PRICE, PROMOTION, PLACE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN SISWA MEMILIH BIMBEL. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 22 No. 3 / 2019, 235.
- Solomon, M. (2020). *Consumen Behavior: Buying, Having, and Being. Edisi 13*. Global Edition: Pearson.
- startupranking. (2022, Oktober 26). Diambil kembali dari www.startupranking.com: <https://www.startupranking.com/top/indonesia>

- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap. hal. 3(3), p. 18.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharno. (2010). *Marketing in Practice, edisi pertama*. Penerbit Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sulaiman, M. R., & Efendi, D. A. (2022, Agustus 30). Diambil kembali dari Suara.com: <https://www.suara.com/health/2022/08/30/194435/pandemi-Covid-19-hampir-reda-bikin-tren-belajar-online-menurun-ini-kata-pakar>
- Sumarto, L. M., & Hasana, Y. N. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIMBINGAN BELAJAR GANESHA OPERATION KOTA CILEGON. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Suparno, C. (2020). Online purchase intention of halal cosmetics: S-O-R framework application. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), pp. 1665–1681. doi: 10.1108/JIMA-09-2019-0192.
- Swasta, B. (2008). *Manajemen Pemasara Moder*. Yogyakarta: Liberty-ygk.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widodo, & Yusiana. (2021). *Metode Penelitian Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square*. Bandung: Refika.
- Yektyastuti, R., Nuroniah, L., & Andiani, M. (2021). Rumah Pintar : Bimbingan Belajar Siswa Sekolah Dasar di Masa Pandemi Covid-19. *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1),83.
- Yuliana. (2020). Corona Virus Disease (Covid19). *Sebuah Tinjauan Literatur. Wellness and Healthy Magazine*, 2(1), 187.
- Zahra, S. Z. (2022). DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran, 1(3). *Problematika Mahasiswa Calon Guru Dalam Pelaksanaan Pembelajaran Micro Teaching di STIQ Amuntai*, 259–267.
- Zainurossalamia. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.
- Zhu, L. L., Wang, F., He, W., & Tian, Z. (2020). ‘How online reviews affect purchase intention: a new model based on the stimulus-organism-response (S-O-R) framework’. *Aslib Journal of Information Management*, 72(4), pp. 463–488. doi: 10.1108/AJIM-11-2019-0308.