

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an & Hadits

Tim Al-Qosbah. (2021). *Al-Qur'an Al-Qosbah*. Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah.

Buku

Annisa, Nora & Tamando, Hengki. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Medan: IOCS Publisher.

Asnawi, Haris F. (2004). *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII.

Harsojuwomo, Bambang A & Arnata, Wayan. (2020). *Statistika Penelitian*. Malang: Madani Media.

Indrawati, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen Individual Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.

Nugroho, Adi S. (2016). *E-commerce Teori Dan Implikasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Sangadji, Etta M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendikia.

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

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Implikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Widokarti, Joko R. Dkk. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Bandung: Pustaka Setia.

Zainal, Veithzal R, dkk. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Bumi Aksara.

E-Book

Akbar, Adrin dan Alam, Sitti. (2020). *E-commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Arfah, Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.

Darma, Budi. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, uji F, R2)*. Bogor: Guepedia.

Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish

- Fadil, Umar. *Terjemah Hadits Arba'in Nawawiyah*. Surabaya: ND Creative Solutions.
- Febriani, Nufian & Asmara, Wayan W. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Besert A Study Kasus)*. Malang: UB Press.
- Firdaus, Muhammad. 2019. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gaspersz, Vincent. (2000). *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, Didik. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hartanto, Bobby & Indriyani, Leni. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Haryanto, R. (2022). *Seluk Beluk Situs Belanja Online Dan Bisnis*. Depok: Puspa Swara.
- Jamaluddin, dkk. (2020). *Pembuatan Pupuk Organik Guano Kelelawar*. Sukabumi: CV Jejak.
- Jusuf, Indriani. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kotler, Philip & Gray Armstrong. (2012). *Principle Of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall International.
- Mege, Stacia R. dkk. (2021). *Sistem Logistik Bisnis E-commerce Di Era New Normal*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Mehta, Cyrus & Patel, Nitin. (2010). *IBM SPSS Exact Test*. Cambridge: Cytel Software Corporation.
- Musfar, Tengku F. (2021). *Manajemen Produk Dan Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nainggolan, Nana T, Munandar, Dkk. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Poltak, Hendra. Dkk. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung: Media sains Indonesia.
- Prayudi, I Gusti, Dkk. (2022). *A Study: Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan Dan Niat Menggunakan Kembali Layanan Mobile Banking*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Ramdhani, Dadan. Dkk. (2019). *Ekonomi Islam Akuntansi Dan Perbankan Syariah (Filosofis Dan Praktis Di Indonesia Dan Dunia)*. Boyolali: Markumi.
- Rinaldy, Eddie. (2018). *Perdagangan Internasional*. Jakarta Timur: Bumi Aksara
- Riyanto, Slamet & Andhita, Aglis. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish

- Romindo, dkk. (2019). *E-commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, Dian C. Dkk. (2020). *Perdagangan Elektronik: Berjualan Di Internet*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sawhani, Dhiraj K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan, Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo.
- Setyawan. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian: (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Sidabalok, Janus. (2020). *Hukum Perdagangan (Perdagangan Nasional Dan Perdagangan Internasional)*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sitorus, Sunday A. (2022). *E-commerce: Strategi Dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Siyoto, Sandu & Sodik, M. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tonce, Yosef & Ranga, Yoseph DP. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus)*. Indramayu: Penerbit Adad.
- Wardani, laila & Anngadita, Rita. (2021). *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: Penerbit NEM

Skripsi/Tesis

- Agustina, Erni. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Marketplace Indonesia (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia)*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fatimah, Dewi. (2022). *Analisis Pengaruh Bintang Iklan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Survey Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon)*.
- Febtianti, Tashya. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek, UIN Syarif Hidayatullah*.
- Kalsum, Dewi S. (2022). *Analisis Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (SPP) Di UPK PNPM Mekarsari Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon, IAIN Syekh Nurjati Cirebon*.
- Octaviani, Catharina. (2017). *Pengaruh Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Di Plaza Universitas Negeri Yogyakarta)*, Universitas Negeri Yogyakarta.

- Oktaviani, Intan A. (2022). *Pengaruh Persaingan Usaha Dan Etos Kerja Islam Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pelaku UMKM Binaan Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Cirebon, IAIN Syekh Nurjati Cirebon*.
- Ridwan, Muhammad. (2018). *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*, Universitas Negeri Sumatera
- Riyanti. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam Terhadap Volume Penjualan, Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon*.
- Rohmah. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2016-2018 UIN Walisongo Di Marketplace Shopee (Doctoral Dissertation, UIN Walisongo)*.
- Saputra, Ridho. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru, Universitas Islam Riau*.

Artikel/Jurnal

- Adhitya, W. R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Di Kota Medan Pada Aplikasi Shopee. Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition), 3(2), 142-161*.
- Agustina, Eva. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantara. Journal Manajemen Maker, 5 (1)*.
- Amron, A. (2018). *The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars. European Scientific Journal, ESJ, 14(13), 228*.
- Asih, P. S., Rawi, R. D. P., & Rahayu, A. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood KFC Di Kota Sorong (Studi Kasus Mega Mall Kota Sorong). Jurnal Ilmiah PERKUSI, 1(3), 352-356*.
- Dabinda, H. R. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Busana Gamis Wanita pada Toko Baju AA Di Pasar Pemda Cikampek. Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, 6(10), 5016-5036*.
- Darojat, T. A. (2020). *Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. Journal of Management Science (JMAS), 3(2), 51-57*.

- Fajri, D. Comparative. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional dan Syariah. *Pelita Bangsa Pelestari Pancasila*, 14(2).
- Fathoni, M. A. (2018). *Konsep pemasaran dalam perspektif hukum Islam*. *Jurnal Hukum Dan Syariah*, 9(1), 128-146.
- Fitriyah, F. (2016). *Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *UNIVERSUM: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan*, 10(02), 165-176.
- Fitryani, F., & Mardiyana, U. (2022). *Pengaruh Promo Iklan E-commerce Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Impulse Buying Melalui Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Surabaya Barat*. *WORLDVIEW (Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial Sains)*, 1(1), 49-62.
- Hidayat, S., Suryantoro, H., & Wiratama, J. (2017). *Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia*. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 415-420.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto*. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Iswandari, L. F. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)*. *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 2(1), 89-97.
- Jauhari, I., & Kurnia, D. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui Aplikasi E-commerce Pada Generasi Milenial Di Jakarta*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 09-18.
- Loon, W. T. W., Ariffin, S. K., & Wahid, N. A. (2022). *The Influencing Factors Affecting Consumers Buying Decision Towards "Made In Malaysia" Product: A Proposed Model*.
- Lubis, A. A. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Prateek Jain, dkk. (2018). *Effect of Social Media Product Reviews on Buying Decision When Presented in Augmented Reality*. Worcester Polytechnic Institute, Worcester, MA, USA.
- Putri, F. I. H., & Wibowo, D. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lakarsantri*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(2).
- Putri, G. E. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-commerce*. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).

- Sopuroh, S., & Tanjung, H. (2022). *Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 730-744.
- Sunardi, Peter dkk. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran)*; *Jurnal Ilmu Terapan*, 3 (3), 302-315.
- Sunarya, E., Danial, D. M., & Awaluddin, M. R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Al-Barakah Online (Survei E-commerce pada Badan Usaha Pesantren Al-Ma'tuq Sukabumi)*. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(11), 149-164.
- Susilo, H., Haryono, A. T., & Mukeri, M. (2018). *Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan*. *Journal of Management*, 4(4).
- Trianti, N. (2022). *Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)*. *Jurnal Pendidikan Edutama*.
- Ullal, M. S., Spulbar, C., Hawaldar, I. T., Popescu, V., & Birau, R. (2021). *The impact of online reviews on e-commerce sales in India: A case study*. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 2408-2422.
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). *Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (survei pada pengunjung Mega Bekasi Hypermall)*. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-15.
- Widagdo, P. B. (2016). *Perkembangan Electronic Commerce (E-commerce) Di Indonesia*. *Researchgate Article*.
- Widyasari, S., Maskur, A., Setiawan, M. B., & Sugiarto, T. (2019, July). *The Effect of Motive, Product Quality, Price Perception and Brand Image toward Buying Decision Process*. In *International Conference on Banking, Accounting, Management, and Economics (ICOBAME 2018)* (pp. 91-95). Atlantis Press.
- Wijaya, E., & Warnadi, W. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee: Dampak Dari E-commerce*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152-164.
- Zai, M. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Kota Medan)*.

Website

- Batukita.com. 45% Konsumen Indonesia Kecewa Situs *E-commerce*. Retrived Form 45 Persen Konsumen Indonesia Kecewa Situs *E-commerce* (batukita.com), diakses Rabu, 01 Maret 2023 Pukul 13.45
- DataIndonesia.id. Gen Z dan Milenial Banyak Beli Pakaian saat Belanja Online. Retrived Form Gen Z dan Milenial Banyak Beli Pakaian saat Belanja Online (dataIndonesia.id), diakses Rabu, 01 Maret 2023 Pukul 13.32
- Fajarcirebon.com. Belanja Ke Pasar Tradisional Kini Bisa Online. Retrived form Belanja ke Pasar Tradisional Kini Bisa Via Online (fajarcirebon.com), diakses Rabu, 01 Maret 2023 Pukul 04.54
- Google Play. Ulasan Konsumen Pengguna *E-commerce*. Retrived Form <https://play.google.com>, diakses Rabu, 01 Maret 2023 Pukul 13.40
- Investor.id. Riset Ipsos: Platform *E-commerce* perlu memperhatikan Kualitas Produk Yang Tersedia. Retrived Form Riset Ipsos: Platform *E-commerce* Perlu Memperhatikan Kualitas Produk yang Tersedia. (investor.id), diakses 28 Februari 2023 Pukul 23.25
- Katadata Indonesia. Belanja Di *E-commerce* Transaksi Paling banyak Dilakukan Anak Muda. Retrived form <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/02/belanja-di-e-commerce-transaksi-paling-banyak-dilakukan-anak-muda>, diakses Rabu, 01 Maret 2023 Pukul 13.38
- Katadata Indonesia. Tren Pengguna *E-commerce* Terus Tumbuh. Retrived form <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>, di akses Selasa, 28 Februari 2023 Pukul 23.53
- Oketechno. 84% Konsumen Indonesia Kecewa Dengan Belanja Online. Retrived Form 84% Konsumen Indonesia Kecewa dengan Belanja Online: Okezone techno, diakses 28 Februari 2023 Pukul 20.30
- Shopee App Store. Perbandingan Harga Produk Fashion Dan Accessories Pada *E-commerce*. Retrived Form <https://shopee.co.id>, diakses 28 Februari 2023 Pukul 23.00