

Daftar Pustaka

- Ahmadi, A. (-C.-4. ((2020).). Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 481-493. *Ahmadi, A. .*
- Abdullah, R. R. ((2017).). Abdullah, R. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Kartu Perdana SimPATI di GraPARI Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University). *Abdullah, R. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K.*
- Aco, A. &-C. ((2017).). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1). *Aco, A., & Endang, H.*
- Adi, H. W. P., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Mebel di Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 157-168.
- Akhmad Mujahidin, E. I. (2014). Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar). *Akhmad Mujahidin,.*
- Aprilyan, Y. &-C.-3. ((2022).). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292-306. *Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. .*
- Andita, V. H. ((2019).). Pengaruh Jumlah Pelayanan Rawat Jalan, Rawat Igd Dan Rawat Inap Terhadap Tingkat Pendapatan Rumah Sakit Umum Daerah (Rsud) Cideres Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 14(2), 370-. *Andita, V., Hermawat, W., & Hartati, N. S. .*
- Ariyanto, A. B. ((2023).). Manajemen Pemasaran. *Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B.*

- Asiyah, S. & Hariri, H. (2021). Perilaku Konsumen Berdasarkan Religiusitas. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 5(2), 154-163. *Asiyah, S., & Hariri, H.*
- Bawono, A. I. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal pengabdian dan kewirau*. *Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J.*
- Chusnah, A. (2020). Pengaruh Kondisi Pandemi Pada Permintaan Pasar Fast Food. *Pengaruh Kondisi Pandemi Pada Permintaan Pasar Fast Food*. *Chusnah, A.*
- Djollong, A. F. (2014). *Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif*. Istiqra: *Djollong, A. F.*
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. *Effendi, Usman.*
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 10(3), 299-310. *Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M.*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *Ghozali, Imam. 2016.*
- Hanafiah, H. (2021). Pelatihan Software Mendeley Dalam Peningkatan Kualitas Artikel Ilmiah Bagi Mahasiswa. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 213–220. *Hanafiah, H.*
- Hidayati, A. (2020). E-Commerce Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro). *Jurnal Pendidikan Edutama*. *Hidayati, A.*
- Ikhsan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil

- Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1),39-46. *Ikhsan, M., & Hasan, M.* .
- Irawan, D. (. ((2019).). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan menurut perspektif ekonomi islam (Studi pada mebel
- Khafidin, K. (. (Khafidin, K. (2020).). KONSEP PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap KeputusanPembelian. *Khafidin, K.* .
- Kholik, A. e. ((2020).). Kholik, Abdul, et al. "PRILAKU KONSUMEN (RUANG LINGKUP DAN KONSEP DASAR)." . *Kholik, Abdul, et al.* .
- Khusaini, M. (-D. ((2013).). *Ekonomi Mikro: Dasar-Dasar Teori*. Universitas Brawijaya Press. Universitas Brawijaya Press. *Khusaini, M.* ,
- Kurniawan, R. (. ((2016).). Analisis regresi. Prenada Media. *Kurniawan, R.*
- Kuswiratmo, B.A. (2016). *Memulai Usaha Itu Gampang!*. Jakarta: Visimedia Pustaka.
- Lesmono, I. D.-C.-6. (2015). . Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Evolusi*. 3(1): 49-60. *Lesmono, Ibnu Dwi.* .
- Makbul, M. (. ((2021).). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian. *Makbul, M.*
- Marantiani, D. N.-C.-J.-2. ((2017).). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Jumlah Pelanggan dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku UKM di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi*
- Mulyana, M. (2019). *Menganalisis Perilaku Konsumen*.
- Nurhayati, N. G. ((2016).). Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Toko Swalayan Super Indo Kota Semarang). *Media* . *Nurhayati, N., Gozali, I., & Putranti, H. R. D.*

- Pertiwi I. N., sumarno, S., & Dwi, A (2019). *Pengaruh Model Make A Match Berbantu Media Kartu Bergambar terhadap Kemampuan Membaca dan Menulis*. 7(3).
- Pelipa, E. D.-C.-1. ((2020).). Pelatihan E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Sintang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 3(2), 94-105. *Pelipa, E. D., & Marganingsih, A.*
- Prihadi, D., & Mulyana, Y. (2019). Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 31.
- Pengaruh faktor budaya, f. s.-B.-1. ((2020).). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99-107. *Hudani, A. .*
- Prathama, F. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E- Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163-174.
- Rambe, D. N.-M.-2. ((2021).). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223. *Rambe, D. N. S., & Aslami, N.*
- Rita, R. A.-4. ((2023).). SOSIALISASI UMKM GO DIGITAL BAGI UMKM JOMBANG DAN PAMULANG ESTATE TANGERANG SELATAN. *SWADIMAS: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 1(02), 40-46. *Rita, R., Artini, N. M., Tatyana, T., Hendriyani, M., & Sugiyono, S. .*
- RIZKA, D. A. (2022.). ANALISIS PENGARUH SOSIAL BUDAYA, PSIKOLOGIS, DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADABANK MUAMALAT KCP KOTA BUMI. Diss. UIN RADEN INTAN LAMPUNG, . *RIZKA, DWI ARYANTI.*
- Rehatalanit, Y. L.-c. ((2021).). Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5. *Rehatalanit, Y. L. R. .*
- Sangadji, S. K.-1. ((2014).). Descriptive Analysis of the Profiles of

- Orphanage Children to Entrepreneurship in Indonesia. *International Journal of Learning and Development*, 4(1), 1-16. Sangadji, S., Kusdiyanti, H., & Rosmawati, R.
- Sidharta, I. &.-c. ((2015).). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 26. Sidharta, I., & Suzanto, B. .
- Sari, D. P. (2021). Insentif PMK 86/2020 Di Tengah Pandemi Covid 19: Apakah Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Di Surabaya?. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2). Andrew, R., & Sari, D. P.
- Saswiana, S. (-C.-6. ((2020).). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP (STUDI KASUS MAHASISWA STIEMBONGAYAMAKASSAR). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 60-69. Saswiana, S. .
- Saputra, M., Rahmadani, A., Elvina, A., & Fahlefi, R. (2023). DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG SANDANG DI PASAR BATUSANGKAR. *TAMWIL: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 101-112.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada e-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis (e-Journal)*, 9(1), 23-36.
- Supardi, M. L.-C.-2. ((2019).). Pengaruh Self Directed Learning Dan Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Ukm Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(2), 290-296. Supardi, M. L., & Ie, M.
- Syahputri, A. Z.-1. ((2023).). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160-166. Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R.
- Sugiyono (2014) "Teknik Pengumpulan Data," in *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. doi: 10.3354/dao02420.

- Toruan, E. P.-f.-c.-6. ((2022).). Literature review faktor-faktor yang mempengaruhi e- commerce: bisnis, internet dan teknologi (literature review perilaku konsumen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(6), 621-628. *Toruan, E. P.L.*
- Tamanggung, B. (2018). *Peran Strategi Pemasarandalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konveksi Baraya Gedong Air Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Wahono, F. (2023). Kritik terhadap Positivisme dalam Filsafat Ilmu Pemikiran Rekonstruktif terhadap MetodePenelitian. *literacy notes*, 1(2).
- Widiyanto, S. (. ((2018).). Pengaruh metode cooperative scrift dan peran orang tua terhadap prestasi belajar bahasa indonesia. *Khazanah Pendidikan*, 11(1). *Widiyanto, S.*
- Yasmin, A. &-C.-1. ((2023)). Pengaruh E-Commerce dan Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 1753-1761. *Yasmin, A., & Amalia, S.*
- Yusuf, A. M. ((2016).). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan. Prenada Media. *Yusuf, A. M. .*
- Zulfikar, T. &-S.-1. ((2023).). SMART DIGITAL MARKETING DAN PERILAKU KONSUMEN MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI NIAT BELI. *TECHNO-SOCIO EKONOMIKA*, 16(2), 186-196. *Zulfikar, T., &*