

DAFTAR PUSTAKA

- Addin, S. (2022). Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(10), 718–735. <http://e-jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509>
- Aeni, F., Hidayat, H. M., & Fitriany. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal The Manusagre*, 2(1), 216–230. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/tmj/article/view/3533/1746>
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>
- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>
- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Amin Fadial, N. et al. (2019). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Amirullah. (2022). Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian. *Akademika*, 20(2), 169–175. <https://doi.org/10.51881/jak.v20i2.9>
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel

- Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36.
<https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Arianti, D., Kaspul, K., & Piar, C. S. (2020). Analisis Pendapatan Rumah Makan Fifa Di Kecamatan Biduk-Biduk Tahun 2017 Dan 2018. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 2(1), 13–22.
<https://doi.org/10.30872/prospek.v2i1.1302>
- Aryani, Y., Andari, W., & Suhindarto, S. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi dan E-Commerce terhadap Perdagangan Indonesia ke Negara ASEAN. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 9(1), 53–66. <https://doi.org/10.52813/jei.v9i1.30>
- Asiyah, S. (2023). Tokopedia E-Commerce Retail Business Innovation in the Transformation Retail Industrial Era 4.0. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 145–150. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.16141>
- Asmara Dewi, W. weda. (2022). *Teori Perilaku Konsumen* (Cetakan Pe). UB Press.
- BPS Kabupaten Cirebon. (2024). *Kecamatan Dukupuntang Dalam Angka 2024*. 87.
- Dani, D. R., Febrianti, V., Aprilia, R., & Rahmadiani, R. D. N. (2023). Menjelaskan & Mengkaji Tokopedia Sebagai Perusahaan Berbasis Jual Beli Online Terbesar Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, March*, 1–20.
- Dewi, I. G. A. M. (2019). Pengaruh Pendapatan pada Konsumsi di Indonesia: Pengembangan Model Teoritis dan Pemilihan Model Empiris. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1), 24–33.
- Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S. E. . M. M. . M. S. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 111–114.
- Empathanussa, D., & Hardingrum, ling sri. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 69–94. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Fahima, N. (2023). *Bisnis e-commerce di indonesia. March*.

- Fakhri, A. F. M., & Afnan, F. (2023). Konsumsi Yang Bertanggung Jawab Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Working Pappers*, 2008204087. <https://repository.syekhnuurjati.ac.id/13002/>
- Fandini, V., Rochdiani, D., & Setia, B. (2019). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Galuh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(2), 338. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i2.2488>
- Fauziah, Sujatmiko, et al. (2024). *Khazanah Journal*. 1(2), 82–100.
- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. In *Universitas Terbuka* (Vol. 9, Issue 1). <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com>
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). *Analisis Sistem E - Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing*. 2(1), 6–10.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Haidar Hari, N., Eka Putra, F. P., Hasanah, U., Sutarsih, S. R., & Riyan. (2023). Transformasi Jaringan Telekomunikasi dengan Teknologi 5G: Tantangan, Potensi, dan Implikasi. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.37034/jidt.v5i2.357>
- Hartini, K., & Inggriani, I. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Secara Taqsith. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 94. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2861>
- HASRI ROSANDI, F., & NURLATIFAH, N. (2022). Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Diskon Pada Mahasiswa Uts Di Minimarket Sumbawa Besa. *Jurnal TAMBORA*, 6(2), 59–65. <https://doi.org/10.36761/jt.v6i2.1994>
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian

Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).

Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 394–408.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14377/14161>

Komalawati, Sahru Romdon, A., & Saidah, Z. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga Di Indonesia. *Jurnal KaliAgri*, 3(2), 1–11.

Kuniawan, Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. *Eco-Entrepreneurship*, Vol 7 No 2, 151, 10–17.

Lutfi, M. (2019). KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF ILMU EKONOMI ISLAM. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 78–88.

Mauliddin, A. I., Sari, C. K., Stai, A.-F., & Cicalengka, B. (2022). Hadist Tentang Jual Beli Yang Dilarang. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah Dan Hukum Al-Falah (RIESYHA)*, 1(1), 16–24.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

- Mudasir. (2024). Metode Penelitian. In *Pembangunan DAM* (Issue July).
- Muhfizar. (2020). Teori Motivasi. *Pengantar Manajemen (Teori Dan Konsep*, 5(3), 117–118.
- Mulyani, rochani S. (2021). *Metodelogi Penelitian* (Cetakan Pe).
- Mustofani, D., & Hariyani, H. (2024). Penerapan Uji Korelasi Rank Spearman. *Unisda Journal of Mathematics and Computer Science (UJMC)*, 9(1), 9–13. <https://doi.org/10.52166/ujmc.v9i1.4272>
- Muzdalifah, L., & Syafi'i, M. I. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pkl Di Jalan Gading Fajar Pada Masa Pandemi Covid-19. *Greennomika*, 2((1)), 1–7.
- NAIBORHU, I. K., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Marketplace, Kecerdasan Adversitas Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Unesa Melalui Efikasi Diri. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 107–124. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p107-124>
- Nurazizah, R., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Motivasi Hedonis dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Belanja Online di Marketplace pada Generasi Z di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 5984–5996. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2604>
- Nurdiyanto, A. D., & Purnomo, M. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 558–570. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31443>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality,

- & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Perdagangan, P. K. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. 1–8.
- Pramesti, A. B., & Budiatmo, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Bukalapak Di Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 789–797.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Purnomo, S. (2019). *Perencanaan Pembangunan Derahan (Teori dan Aplikasi)*. 194–200.
- Putra, B., Dotulong, L. O. H., & Pandowo, M. H. C. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Uphus Khamang Indonesia. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 279–289.
<https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47983>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Ramadhan, A., Rahim, M. S. R., Kom, S., Kom, M., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Tahta Media*, 02(2), 34–37. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>
- Riyanti, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Value Added : Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.26714/vameb.v18i1.9625>
- Rozzaq, A., & Mujahid, K. (2024). Larangan Berperilaku Boros dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. *Tsaqofah*, 4(1), 895–912.
<https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v4i1.2627>
- Sander, D. A., Chan, A., & Muhyi, H. A. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis

- Literature Review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>
- Sari, P. N., & Haryanti, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial Pengguna Marketplace Lazada. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 2(3), 1–5. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v2i3.307>
- Sayyidah Amalia Rokhimah, I Kadek Adi Gilang Pratama, Kenneth Daniel, I Made Dwi Sugiarta Putra, Diani Arviana Jaya, Muhammad Vito Arya Apriza, & Tiawan. (2022). Pengamatan Sistem Informasi Perusahaan E-Commerce Lazada Indonesia. *Smart Techno (Smart Technology, Informatics and Technopreneurship)*, 4(2), 71–78. <https://doi.org/10.59356/smart-techno.v4i2.61>
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 42–53. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>
- Silvia, E. D., & Susanti, R. (2019). Analisis Konsumsi dan Tabungan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 21(2), 154–164.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Statistik, B. P. (2023). *Keadaan Ketenagakerjaan Kabupaten Cirebon*. 04, 1–11.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i1.7087>
- Suryawan, I. A. et al. (2024). (*Studi Pada Konsumen Maybelline Paragon Mall Semarang*) *Pendahuluan*. 13(1), 128–137.

- Susanti, S., & Fitriani, S. (2021). Analisis Penerimaan Pengguna DANA Sebagai Media Pembayaran Pada Marketplace Lazada Menggunakan TAM. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 6(2), 111–117. <https://doi.org/10.31294/ijcit.v6i2.9477>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- T, E., & Ahyar, J. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 47–55.
- Viora, P. (2020). Keputusan Pembelian Berdasarkan Persepsi, Motivasi, Dan Sikap Pada Marketplace. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 13(1), 16–22. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v13i1.1796>
- Wahyuni, Y., & Yunensi, M. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Online Zalora Indonesia. *Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.26798/manise.v1i1.591>
- Wardhana, A. (2022). Teori Perilaku Konsumen; Konsumsi Perilaku konsumen. *Penerbit Media Sains Indonesia*, 1, 1–8. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=perilaku+konsumen+muslim&ots=-VFp8Lz8oQ&sig=qBPGBhGmgJGP_eg-qGsPRR-uEc0
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Widyasari, T., Hamidah, & Sutrisno. (2023). Pengaruh pendapatan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk kosmetik pada klinik kecantikan di Samarinda. *Cendekia Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 10(2), 56–66.
- Yunitasari, M. D. (2022). *PENGARUH MOTIVASI DAN KEPERCAYAAN*

KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE. 9(2).

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2019). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>

Zakiah, S. (2022). Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.35194/eei.v2i2.2515>

