

Daftar Pustaka

Buku

- A. Djazuli. (2010). *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*. Jakarta: Kencana.
- Abdul, A. D. (1996). *Ensiklopedi Hukum Islam, Jilid 3*. Jakarta: PT. Ichtiar Baru.
- Abdullah, Y. A. (1993). *Qur'an Terjemahan dan Tafsirnya*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Abu Ja'far Muhammad bin Jarir ath-Thabari. (n.d.). *Tafsir Ath-Thabari, Juz 8*. Mesir: al-Maimaniyah, t.th.
- Al-Ghazzi, M. i. (n.d.). *Fath al-Qarib al-Mujib*. Indonesia: Dâr al-Ihya al-Kitab, al-Arabiah.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (n.d.). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- Dermawan, D. (2013). *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P. &. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In Jakarta (13th ed.).
- kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran jilid I*. Edisi Kesebelas. Jakarta : Indeks.Jakarta : Indeks.
- Kurniawan, A. (2009). *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*. Yogyakarta: Mediakom.
- Nasehuddin dkk. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawal Pers.
- Purkon, A. (2014). *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 4. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rianse, U. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Riyanto, Slamet, Hatmawan, & Aglis Andhita. (2012). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sayyid, Q. (2001). *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an, jilid 2, terj. As'ad Yasin, Abdul azis Salim Basyarakil, Muchthob Hamzah, Tafsir Fi Zhilalil Qur'an: Dibawah Naungan Al-Qur'an, jilid 2*. Jakarta: Gema Insani.
- Schiffman, L. d. (2010). *Perilaku Konsumen, Edisi 7*. Jakarta: Indeks.: Indeks.

- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan KAD*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni, V. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2011). *Praktik SPSS untuk Kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Syafe'i, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. Cet. X; Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Syaikh Salim bin 'Ied al-Hilali. (n.d.). *Mausuu'ah al-Manaahisy Syat'iyyah fii Shahihis Sunnah an-Nabawiyah, Jilid 2, terj. Abu Ihsan al-Atsari, Ensiklopedi Larangan Menurut Al-Qur'an dan As-Sunnah, Jilid 2*.
- Syaikh Shâlih Ali fauzân. (n.d.). *Min Fiqhil Mu'âmalat*.
- Tim Penyusun. (2007). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatma*. Bandung.
- Urnomo, W. (2000). *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Varmaat, S. C. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3. Salemba Infotek, Jakarta*.
- Wibowo, A. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Wong Jony. (2010). *Internet Marketing for Beginners. Elex Media Komputindo, Jakarta*.

Jurnal

- Abdalslam, S. I. (2018). The Impact of Trust and Past Experience on Intention to Purchase in E-Commerce. *Int. J. Eng. Res.Dev.*

- Abdelwahab, A. . (2015). Influence Of Online Security, Protection, Website Credibility And Previous After Sales Experience On The Intention To Purchase Online. *Eur. J. Bus. Innov. Res.*, vol. 3, no. 2., 1-10.
- Agus Sriyanto, & Aris Wahyu Kuncoro. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimon Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol. 8 No. 1 April 2019 hlm. 21-34*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Easeof Use, andUser Acceptanceof Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol 13 (3): 319-340.
- Febiana, D. S. (2014). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian pada Biker's Resto dan Cafe di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 16 No. 1*.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hasan, Misbahudin, & Iqbal. (2014). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ibnu, K. (1998). *Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 2*. Kuala Lumpur: Victoty Agnecia.
- Ibnu, K. (1998). *Tafsir Ibnu Katsir, terj. Salim Bahreisy dan Said Bahreisy, Tafsir Ibnu Katsir*. Kuala Lumpur: Victory Agencie.
- Idris, A. (1986). *Fiqh al-Syafi''iyah*. Jakarta: Karya Indah.Abi Bakr Ibn Muhammad al-Husaini, Imam Taqiyuddin, t.th.
- Juliandi, & Azuar dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Medan*. UMSU Press.
- Kartika Ayuningtiyas, H. G. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik NegeriI Batam. *Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1,Maret 2018, hlm. 152-165*.
- Keller, Kevin Lane. (1998). *Strategic Brands Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey: PrenticeHall Inc.
- Kelvin Prilano, A. S. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*.

- Goldianus Solangius Mbete, & Rinabi Tanamal. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang Vol. 5, No. 2*, 100-110.
- Muhamad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- N. Fortes and P. Rita. (2016). Privacy concerns and online purchasing behaviour: Towards an integrated model. *Eur. Res. Manag. Bus. Econ.*
- Park, C. H., dan Y. G. Kim. (2006). The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations 4(1)*, 70-90.
- Putri C. I. D, S. I. (2018). Peran Kepercayaan dalam Mediasi Pengaruh Persepsi. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 7*, 3632-3563.
- Rafidah, I. d. (2017). Analisis keamanan kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 2*, 1-17.
- Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh kemudahan kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6, No. 10*, 1-20.
- Raman, A. Viswanathan, A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, hal. 54-60.
- Rhoihanah, R. (2011). Perlindungan Hak Konsumen dalam Transaksi Elektronik (E- Commerce). *Justitia Islamica 8*, no. 2 hal. 97-119.
- Rong Li JaeJon Kim & JaeSung Park. (2017). The Effects Of Internet Shoppers Trust On Their Purchasing Intention In China. *J. Inf. Syst. Technol. Manag.*
- Runto Hadiana & Ahmad Dasuki Aly. (n.d.). *Transaksi Jual Beli Onlie Perspektif Ekonomi Islam*. Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Saidani, B. A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1*.
- Sfenrianto, W. Gunawan, D. S. Kelly, & R. E. Tarigan. (2018). The use of quality, security and trust factors to improve the online purchase decision. *J. Theor. Appl. Inf Technol.*
- Sudjatmika, F. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. com. *Agora, 5(1)*.

- Tira, N. F. (2017). Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 56.
- Wardoyo dan Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 19, No. 1, 2, 12-26.
- Widiyanto, I. d. (2015). Perilaku pembelian melalui internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 17, No. 2, 109-121., Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 17, No. 2, 109-121.
- Z. Bauboniene, & G. Guleviciute. (2015). E-Commerce Factors Influencing Consumers' Online Shopping Decision. *Soc. Technol.*

Skripsi

- Aisyah, F. (2018). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-Commerce C2C Shopee). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Alauddin Makassar*.
- Andriyani, D. (2014). Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. . *Universitas Bengkulu: Bengkulu*.
- Della Melysa. (2018). SKRIPSI: Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa. *Bandar Lampung*.
- Mahendrayasa. (2014). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya*.
- Mardiastika, E. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat . *Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro*.
- Maulina Hardiyanti. (2012). Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online). *Skripsi (tidak dipublikasikan), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta*.
- Misbahuddin. (2012). *E-Commerce dan Hukum Islam*. Cet. I; Makassar: Alauddin University Press.
- Nisrina, D. N. (2015). Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online dan Relevansinya terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen. *UIN Alauddin Makassar*.

Saefudin, A. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan M-Banking. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa*.

wahyuningsih. (2020). Pengaruh Promosi, Minat Beli dan Kalitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada konsumen shopee. *Fakultas Ekonomi Semarang*.

Widyanita, F. A. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee Indonesia pada Mahasiswa FE UII pengguna shopee.

Yunit Setiawan. (2019). pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online pada jual beli shopee. *Institus Agama Islam Negri surakarta*.

