

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Z. “Analisis Faktor dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah”. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1 (2016): 78.
- Al-jurjani. *Ta’rifat*, Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiah, 1983, 61.
- Alkharabsheh, Omar Hamdan Mohammad dan Zhen, Bryan Ho. “The Impact of Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process.” *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*. Vol. 1, No. 1 (2021): 1823-1824.
- Alwi, Said. *Perilaku Bullying di Kalangan Santri Dayah terpadu Kota Lhokseumawe*. Medan: Cv Pusdikra Mitra Jaya. 2021.
- Amalia, Ratu Dinar dan Sampurno Wibowo, “Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) Universitas Telkom,” *e-Proceeding of Applied Science*, Vol.5, No.2 (2019): 573.
- Amilia, Suri dan Asmara, M. Oloan. “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6, No. 1 (2017): 573-663.
- Amin, Mia Adisty dan Lucky Rachmawati, “Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol.3. No.2 (2020) : 161.
- Ardianti, Asri Nugrahani dan Widiartanto. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.” *Jurnal Administrasi Bisnis* (2019): 2.
- Arianto, Nurmin dan Giovanni. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 3, No. 2 (2020): 15.
- Aulia, Hikmah Firda. Qomari, Nurul dan Novindari, Indah. “Pengaruh Potongan Harga, Iklan dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.” *Ubhara Management Journal*. Vol. 1, No. 2 (2021): 317.
- Ayu, Vera. dkk., Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Trend Baju Dresscode Muslim di Kalangan Remaja, *Journal of Management and Creative Business* Vol. 1 No. 1, (2023): 75.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia. 2021.

[https://books.google.com/books?id=acpLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Budi+Darma,+Statistika+Penelitian+menggunakan+SPSS+\(&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjAmMWh3-z2AhVZ7HMBHSDtA1wQ6AF6BAgCEAI](https://books.google.com/books?id=acpLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Budi+Darma,+Statistika+Penelitian+menggunakan+SPSS+(&hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwjAmMWh3-z2AhVZ7HMBHSDtA1wQ6AF6BAgCEAI)

- Firmansyah, M. Anang. *Pengantar E-Marketing*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2020.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Fuad, Lian. “Jual Beli Ongkos Kirim menurut Islam.” (2018): 6.
- Gunawan, Didik. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Sumatra Utara: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Ilmiah, Khafidatul dan Krishermawan, Indra. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto.” *Jurnal Manajemen*. Vol. 6, No. 1 (2020): 33.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan*. Surabaya: UP Uniomo Press, 2019.
- Istiqomah, Mira dan Marlana, Novi. “Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion*.” *Jurnal Manajemen*. Vol. 12, No. 2 (2020): 289-290.
- Iswandi, Lutfi Fitriyah dan Srihandayani, Christina Menuk. “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*. Vol. 2, No. 1 (2021): 89.
- Hapsari, Berliana Citra dan Sri Rahayu Tri Astuti, “Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang di Toko *Online* Lazada dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening*.” *Diponegoro Journal Of Management* Vol. 11, No. 2 (2022): 3.
- Hariyati, Nuria Reny. *Metodologi Penelitian Karya Ilmiah*. Gresik: Penerbit Graniti, 2020.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- Heru, dkk., *Perilaku Konsumen Edisi 1*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia. 2022.

- Jannah, Miftakhul. Budi Wahono dan Khalikussabir, “Pengaruh Diskon *Flash Sale*, *Rating* dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee.” *Jurnal Riset Manajemen* Vol. 10, No. 13 (2021): 49.
- Joesoef, Hermanto. “Analisis Keputusan Pembelian *Online* Berdasarkan Faktor Diskon, Program Pengiriman Gratis dan Pelayanan.” *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*. Vol. 4, No. 1 (2021): 183.
- Lestari, Ellys dan Tanty Dewi. *An Integrated Marketing Communication Circle In 4.0 Era: Filosofi, konsep dan Implementasi*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata. 2021.
https://www.google.co.id/books/edition/An_Integrated_Marketing_Communication_Ci/HIVFEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=S_EJARAH+teori+SOR&pg=PA86&printsec=frontcover
- Jubile Enterprise. *Rahasia Sukses Buka Lapak Jualan di Tokopedia*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2012.
- Larika, Winda dan Sri Ekowati, “Pengaruh Citra Merek, harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo, *Jurnal Manajemen Modal Insan dan Bisnis*.” Vol. 1 No. 1 (2020), 131.
- Lukito, Yuan. dkk., *Inovasi Teknologi Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Maghfuroh, Wahibatul. “Jual Beli Secara *Online* dalam Tinjauan Hukum Islam.” *Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)*. Vol. 2 No. 1 (2020) 34-35.
- Mamondol, Marianne Reynelda. *Dasar-Dasar Statistika*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Manandhar. Raju Bhai. “Buying Decision of laptop at Collage level Students.” *American Journal of Multidisciplinary Research & Development (AJMRD)*. Vol. 3, Issue 3 (2021): 23.
- Mita., Pramatasari, Fransisca Desiana dan Kristia, “Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee.” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol. 4, No. 4 (2021): 550.
- Mohammad, Roni dan Endang Rahim, “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah.” *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo* Vol. 2 No. 1, (2021): 19.
- Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
<https://books.google.com/books?id=iHHwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Mukhtazar,+Prosedur+Penelitian+Pendidikan&>

[hl=id&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwj3_o
zN3uz2AhVpjdgFHSrHBE0Q6AF6BAgIEAI](https://doi.org/10.24127/iaim.v2i2.12345)

- Nainggolan, Nana Triapnita. dkk., *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Nofiyanti dan Wiwoho, Gunarso. “Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Value Terhadap Online Repurchase Intention pada Marketplace Shopee di Kecamatan Kebumen dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol 2, No. 2 (2020): 282.
- Noor, Zulki Zulkifli. *Manajemen Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta : CV Budi Utama 2016.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Putri, Dynanda Amelyea Cantika dan Ali, Miguna dan Syarif. “Keputusan Pembelian *E-commerce* Shopee.” *Prosiding Biema Business Management, Economic and Accounting National Seminar*. Vol. 1 (2020): 1274.
- Putri, Marista Yoana dan Fathorrahman, “Pengaruh *Patronage Buying Motivies* dan Promosi Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.” *Jurnal Distribusi* Vol. 10, No. 1 (2022): 114.
- Putri, Tiara Cantika dan Gunawan, Ce. “Pengaruh Keragaman Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli *Online* saat Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*. Vol. 1 No. 2 (2021):58
- Rahayu, Homami, Adi Sismanto dan Tezar Arianto, “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Shopee.” *Bima Journal Business, Management and Accounting*. Vol. 1, No. 1 (2020): 35-37.
- Rahmati, Ita. Lailatus Sa’adah dan Devi Aprillia, *Faktor Kompensasi, Motivasi dan Disiplin Kerja*. Jombang: Penerbit LPPM Universitas Wahab Hasbullah, 2020.
- Rerung, Rintho Rante. *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Ridwan, Muhammad, Isnaini Harahap dan Pangeran Harahap, Keputusan Pembelian melalui Situs Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Peneliltian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

- Rofiah, Chusnul. Pengaruh Viral Marketing dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen di Lereng Tambora Ioutdoor Store Jombang). *Jurnal Eksekutif*. Vol. 17 No. 2 (2020): 200.
- Roflin, Eddy. dkk., *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management. 2021.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitatif Research Approach*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Sa'adah, Lailatus. *Statistik Infeensial*. Jombang: Penerbit LPPM Universitas Wahab Hasbullah, 2021.
- Safira, Desy dan Fatriansyah, Alif Ilham Akbar. "Jual Beli *Online* dalam Perspektif Islam, Al-Yasini." *Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam Bidang Keislaman dan Pendidikan*. Vol. 5 No. 1 (2020): 61.
- Sasmitasen, dkk. *Pengembangan Home Industri di Desa Nibung-Paloh*. Jawa Barat: CV. Jejak. 2020.
- Sari, Intan Permata., Iva Nurdiana Nurfarida dan Adi Suroso. "Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Joyshop Malang." *Journal Riset Mahasiswa Manajemen*. Vol. 6, No. 2 (2020): 2.
- Sartika. *Analisis Framework S-O-R mengenai Online Shopping Value dan Web Satisfaction terhadap Purchase Intention*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha. 2019.
- Simamora, Awy Apriani Ningrum dan Fatira, Marlya. "Kemudahan Aplikasi dan Keragaman Produk dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara *Online*." *Jurnal Maneksi*. Vol 8, No. 2 (2019): 216.
- Simamora, Susiana dan Realize. "Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee *Online*." *Jurnal Ilmiah Kohesi* 4, No. 2 (2020): 111.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subando, Joko. *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2021.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, 2013.
- Supriadi. *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Guepedia: Jakarta. 2018.
- Supriadi, dkk., "Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam." *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* Vol. 2 No. 1(2020): 6.

- Timotius, Kris H., *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*, Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2017.
- Wijaya, Vindy Addina dan Siswahyudianto, “Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Agen Pulsa Jaya Reload Kediri.” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* Vol. 1, No. 9 (2022): 2261.
- Wijayanti, Tina dan Agus Eko, “Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian menurut Perspektif Islam.” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin* Vol. 5 No. 1 (2022): 35.
- Riyadi, Herman. “Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki Shopee?”, 7 Juli 2022, <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Sahid Raharjo, “*Analisis Data, Analisis Regresi*” <http://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html>. diakses pada tanggal 1 Maret 2022.
- Shopee, “*Tentang Program Gratis Ongkir dan Keuntungannya.*” diakses dari <https://seller.shopee.co.id/>. pada tanggal 18 Januari 2022 pukul 21.00.
- “Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia.” diakses pada tanggal 3 Juni 2021, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.
- “Laporan Digital 2021 Indonesia.” Hootsuite dan We Are Social. diakses pada tanggal 28 Mei 2021. <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>.
- “Nilai Transaksi E-commerce.” diakses pada tanggal 3 Juni 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>.
- “Penggunaan E-commerce Indonesia Tertinggi di Dunia.” diakses pada tanggal 24 Juni 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.
- “Tahun yang Mengubah Arah Peradaban Manusia.” diakses pada tanggal 24 Juni 2021. <https://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2020/12/Catatan-Akhir-Tahun-Alvara-2020.pdf>.