

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. Databoks. *10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal Ii 2022* (Blog), 21 November 2022. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/11/21/10-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Kuartal-Ii-2022>.
- Al-Qur'an. "Surat Al-Hujarat Ayat 6," T.T. <https://Quran.Kemenag.Go.Id/>.
- . "Surat Ash-Syu'ara Ayat 183." Diakses 8 Desember 2022. <https://Quran.Kemenag.Go.Id/>.
- Al-Ashimi. *Majmu' Fatawa*. Juz 1. Riyadh: Idarat Al-Buhuts Al-Ilmiyyah Wa Al-Ifta' Wa Al-Da'wah Wa Al-Irsyad, 1398.
- Algiffary, Muhammad Arief, Zakaria Wahab, Muchsin Saggaff Shihab, Dan Marlina Widiyanti. "Pengaruh *Celebrity Endorser, Online Advertising* Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce* Tokopedia." *Amar (Andalas Management Review)* 4, No. 2 (30 November 2020): 20. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>.
- Allen A. Ch. Manongko. *Green Marketing (Suatu Perspektif Marketing Mix & Theory Of Planned Bwhavior)*. Manado: Yayasan Mankaria Waya, 2018.
- Alwendi. "Penerapan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, No. 3 (2020): 318.
- Anas, Ahmad Aulia. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, No. 3 (2020): 954.
- Arianty, Nel, Dan Ari Andira. "Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4, No. 1 (2021): 42.
- Artha, Yudhy, Enda Yunita Surbakti, Dan Sarah Rouli Tambunan. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Shopee." *Jurnal Wacana Ekonomi* 20, No. 2 (2021): 101.
- Asnani, Oktavia Susdian. "Pengaruh *Brand Image, Brand Trust, Dan Service Quality* Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di *E-Commerce*." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 10, No. 2 (2021): 14.
- Azzahra, Maria. *Transaksi Shopee Di Indonesia Terbesar Di Asean* (Blog). Diakses 6 November 2022. <https://swa.co.id/swa/trends/technology/transaksi-shopee-di-indonesia-terbesar-di-asean>.

- Budaya, Indra, Dan Nurul Ahdiani. “Kepercayaan Dan *Celebrity Endorse* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Informasi Sebagai Variabel Moderating Pada *Online Shop* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Sakti Alam Kerinci).” *Jurnal Ekonomi Sakti (Jes)* 8, No. 2 (30 Desember 2019): 145. <https://doi.org/10.36272/Jes.V8i2.195>.
- Darmansah, Aprillia, Dan Sri Yanthy Yosepha. “Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya* 1, No. 1 (2020): 28.
- Dede Suleman Et Al. *Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Berbasis Perilaku Konsumen Untuk Produk Fashion*. Sumatera Bara: Cv. Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Departemen Agama Ri. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: Pt. Sygma Examedia Arkanleena, 2009.
- Dhini, Vika Azkiya. Databoks. *10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022* (Blog), 19 Juli 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Kuartal-I-2022>.
- Duwi Priyatno. *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- . *Spss 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2014.
- E. Catur Rismiyati, Bondan Suratno. *Pemasaran Barang Dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius, 2001.
- Elondri, Elondri. “Pengaruh Kemudahan, Promosi Dan Kepuasan Transaksi Onlineshopping Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survey Pada Konsumen Shopee.Co.Id).” *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 5, No. 3 (27 Desember 2018): 155–60. <https://doi.org/10.31846/Jae.V5i3.133>.
- Faizah, Ainun. “Pengaruh Kemudahan *E-Commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya (Dalam Tinjauan Teori Mcdonaldisasi George Ritzer).” Skripsi, Uin Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- Faizal, Hanim, Dan Siti Nurjanah. “Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 4, No. 2 (2019): 310.
- Freddy Rangkuti. *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

- Ghoffar E.M, M.Abdul. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004.
- Gunawan, Hendra, Dan Kartika Ayuningtiyas. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam.” *Journal Of Applied Business Administration* 2, No. 1 (29 Maret 2018): 152–65. <https://doi.org/10.30871/Jaba.V2i1.763>.
- Gupron, Gupron. “Analisis Kepuasan Konsumen Melalui *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapan.Com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1, No. 1 (4 Juni 2020): 337–48. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V1i1.267>.
- Humaidi, Humaidi, Setio Utomo, Dan Dinda Lestari. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fisip ULM Di Kota Banjarmasin).” *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 11, No. 1 (6 April 2022): 23. <https://doi.org/10.20527/Jbp.V11i1.13133>.
- Ilmiyah, Khafidatul, Dan Indra Krishernawan. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Mojokerto.” *Maker: Jurnal Manajemen* 6, No. 1 (4 Juni 2020): 31–42. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V6i1.143>.
- . “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Mojokerto.” *Maker: Jurnal Manajemen* 6, No. 1 (4 Juni 2020): 33. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V6i1.143>.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Institut Agama Islam Negeri Kudus. “Data Kuota Prodi.” *Daftar Mahasiswa Baru - Sikadu Institut Agama Islam Negeri Kudus* (Blog). Diakses 10 Januari 2023. [http://siska.iainkudus.ac.id/index.php?page=info\\_maba&kode\\_jurusan=&tahun=2022](http://siska.iainkudus.ac.id/index.php?page=info_maba&kode_jurusan=&tahun=2022).
- Istanto, Ahmad. “Fiqih Muamalah Akad Salam,.” Diakses 3 November 2022. <http://syariah99.blogspot.com/2013/05/fiqih-muamalah-akad-salam.html>.
- Jatmiko, Muhamad Roby. “Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian

- Shampoo Dove Di Semarang.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Stie Anindyaguna* 3, No. 1 (2021): 159–73.
- Jogiyanto Hm. *Sistem Teknologi Informasi*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Khotimah, Husnul, Muhammad Khafid, Dan Amin Pujiati. “Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli.” *Journal Of Economic Education* 5, No. 2 (2016): 113.
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Usa: Pearson Prentice Hall, 2000.
- Lili Adi Wibowo, Dkk. *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2017.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibarda Publishing Dan Media Ilmu Press, 2015.
- Meri Puspita. “Sejarah Shopee, Model Bisnis, Dan Visi Misinya.” *Social Media Marketing Specialist* (Blog). Diakses 13 Januari 2023. <https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/?amp>.
- Miati, Iis. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar).” *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1, No. 2 (24 Maret 2020): 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>.
- . “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar).” *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1, No. 2 (24 Maret 2020): 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>.
- Muhammad Ali Gunawan. *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan Psikologi Dan Sosial*. Yogyakarta: Parama Publishing, 2015.
- Muhammad Munsarif, Dkk., *Pengantar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Mustafa Edwin Nasution. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Edisi 1. Jakarta: Kencana, 2010.
- Muyasaroh. Wawancara Pelanggan Shopee, 17 Januari 2023.
- Nasution, Siti Lam’ah, Christine Herawati Limbong, Dan Denny Ammari Ramadhan. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu).” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 7, No. 1 (27 Januari 2020): 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>.

- Nauvallia, Sarah, Erni Martini, Dan S Sos. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Gita Savitri Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Online Shop* Femme Outfit Di Media Sosial Instagram.” *E-Proceeding Og Management* 7, No. 2 (2020): 2255.
- Norman A. Hart, John Stapleton. *Kamus Marketing*. Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Nugroho J Setiadi. *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Nurlina T.Muhyiddin. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Pandiangan, Kasman, Masiyono Masiyono, Dan Yugi Dwi Atmogo. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, No. 4 (16 Maret 2021): 471–84. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Qs. An-Nisa Ayat 29, Al-Qur’an. *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*. Bogor: Departemen Negara RI, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur’an, 2007.
- Quran Kemenag. “Al-Qur’an Surah Al-Baqarah Ayat 286.” Diakses 13 Maret 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Rakanita, Amanda Mastisia. “Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak.” *Jurnal Ekbis* 20, No. 2 (1 September 2019): 1280. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>.
- Ramadhani, Megananda Dwi, Dan Ali Maskur. “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Websiteshopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang),” 2020.
- Rini Isparwati. “Sejarah & Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, Ceo, Alamat Kantor.” Diakses 13 Januari 2023. <https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/>.
- Sabillah, Hanum San. “Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth*, Kualitas Website, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Tokopedia.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4, No. 3 (2022).
- Santoso, Denny Hadi. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang, 2020.

- Sari, Nandya Eka, Dan Teddy Oswari. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Tokopedia.” *Creative Research Management Journal* 3, No. 2 (30 Desember 2020): 36. <https://doi.org/10.32663/CRMJ.V3i2.1550>.
- Sari, Saidah Putri. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, No. 1 (25 Maret 2020): 147. <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V8i1.4870>.
- Setiawan, Deni. “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Shopee.Co.Id.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 8, No. 3 (2019): 8.
- Shofwan, Thoriq, Lina Aryani, Dan Heni Nastiti. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat.” *Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* 2 (2021): 362–76.
- Suci Fika Widyana - Salsabilla Ramadhanti Batangriyan. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt. Central Global Network.” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 10, No. 2 (2020): 3.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Cv. Alfabeta, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta, 2009.
- Sulaiman Helmi, Sunda Ariana Dan, Lalu Supardin. “*The Role Of Brand Image As A Mediation Of The Effect Of Advertising And Sales Promotion On Customer Purchase Decision.*” *Journal Of Economics And Sustainable Development* 13, No. 8 (April 2022): 92. <https://doi.org/10.7176/Jesd/13-8-09>.
- Supaat, Dkk., *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*. Kudus: Pusat Penjaminan Buku (Ppm) Iain Kudus, 2018.
- Susanti, Rizki Aprilia Dwi, Dewi Fardahlia, Dan Poppy Indrihastuti. “Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana.” *Journal Of Management And Accounting* 4, No. 1 (2021): 60.
- Tafsirweb. “Surat Al-Qalam Ayat 4.” Diakses 8 Desember 2022. <https://tafsirweb.com/11092-surat-al-qalam-ayat-4.html>.
- Terence A. Shimp. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- . *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 5. Jakarta: Erlangga, 2003.

- Usman Effendi, Dkk. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Pt Rajagrafindo, 2016.
- V. Wiratma Sujarweni. *Spss Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Veithzal Rivai Zainal. *Islamic Marketing Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Waro, Siti Syafi'atul, Dan Maduretno Widowati. "Pengaruh Kepercayaan, *Celebrity Endorser*, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce* Di Kota Semarang," T.T., 11.
- Widyastuti, Elisa Siti, Tiya Rissa Kamila, Dan Panji Adam Agus Saputra. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*: Suatu Perspektif Hukum Islam: *The Consumer Protection In E-Commerce Transaction: A Perspective Of Islamic Law*." *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, No. 2 (18 Agustus 2022): 45. <https://doi.org/10.46870/Milkiyah.V1i2.208>.
- Wikipedia. "Shopee." Diakses 13 Januari 2023. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>.
- Yaya Suryana. *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Yoeliastuti, Yoeliastuti, Evalina Darlin, Dan Eko Sugiyanto. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan *Online* Shopee." *Jurnal Lentera Bisnis* 10, No. 2 (12 Agustus 2021): 221. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V10i2.425>.
- Yosy Arisandy, Dkk. *Sistem Informasi Manajemen (Teori Dan Implementasi Dalam Bisnis)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Yuliawan, Eko, Hanny Siagian, Dan Liangdy Willis. "Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Online Shop* Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Stie Mikroskil Medan)." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 12, No. 2 (2018): 16.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.