

## DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian. "Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 282," n.d. <https://quran.kemenag.go.id/surah/5>.
- Ahmad Farki, Imam Baihaqi, dan Berto Mulia Wibawa. "Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia." *JURNAL TEKNIK ITS* 5, no. 2 (2019): A614–15. <https://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/19671/2853>.
- "Al-Anfal Ayat 27," n.d. quran.com.
- "Al-Furqon Ayat 67," n.d. tafsir.com.
- "Al-Qur'an Surat Al-Hujurat Ayat 6." Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI, n.d. <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.
- "Al-Qur'an Surat Al-Muddassir Ayat 38." Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI, n.d. <https://quran.kemenag.go.id/surah/5>.
- "Al-Qur'an Surat An-Nisa' Ayat 29." Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI, n.d. <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.
- Alimin, Muhammad dan. *Etik & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. 2004/2005. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.
- Dermawan, Moh. Fajar Bahari dan Rizqi. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk Abstrak Abstract." *Journal of Management & Business*, 2022, 102. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2109>.
- "E-Commerce Berkontribusi Pada Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com), 2019. <https://m.mediaindonesia.com/read/detail/260523-e-commerce-berkontribusi-pada-pertumbuhan-ekonomi-indonesia>.
- Fatriansyah, Desy Safira dan Alif Ilham Akbar. "Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam." *ALYASINI* 5, no. 1 (2020): 61.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Pertama. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Fransilia Marsilina Mewoh, Johny R. E. Tampi, dan Danny D. S.

- Mukuan. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 9, no. 1 (2019): 37–38.
- “Generasi Z.” Wikipedia, n.d. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Generasi\\_Z](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z).
- Gesitera, Yofina Mulyati dan Grace. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang.” *Jurnal Maksipreneur* 9, no. 2 (2020): 179. <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/538/507>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: UNDIP, 2011.
- Handayani, Ikhsan Faozi dan SB. “Analisa Keputusan Pembelian Yang Di Pengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pada PT Bina Pertiwi Semarang.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, no. 47 (2019): 44. <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/download/354/339>.
- Harmayani, Durahman Marpaung, Amir Hamzah, Neni Mulyani dan Jeperson Hutahaean. *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Edited by Janner Simarmata. Yayasan Kita Menulis, 2020. <https://books.google.co.id/books?id=DLjwDwAAQBAJ>.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Edited by Engkus Kuswandi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Ihalauw, Restiyanti Prasetijo dan J.O.I. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Jayanti, Ratna Dwi. “Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang).” *EKSIS* X, no. 1 (2019). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/download/51/40>.
- Jusuf, Dewi Indriana. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Edited by Arie Pramesta. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018.
- Kamila, Korina Tasya. “Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016 - 2018/2019 Yang Pernah Membeli Dan Menggunakan Xiaomi Smartphone),” 2019. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172176/>.
- Kuncoro, Mudrajad. “Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi.” Yogyakarta: AMP YKPN, 2001.

- Lidya Agustina, Alifia Oktrina Fayardi, Irwansyah. "Online Review : Indikator Penilaian Kredibilitas Online Dalam Platform E-Commerce." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 2 (2018): 142. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/download/1320/1235>.
- Ma'arif, Syamsul. "IGeneration: Tantangan Dan Solusinya Dalam Pendidikan," n.d. [https://syamedu.blogspot.com/2016/10/igeneration-tantangan-dan-solusinya\\_50.html?m=1](https://syamedu.blogspot.com/2016/10/igeneration-tantangan-dan-solusinya_50.html?m=1).
- Masrukhin. "Metodologi Penelitian Kuantitatif." Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Maulana, Novitasari dan Asep. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 14 (2022): 252–56. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>.
- Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, Pangeran Harahap. "Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan )." Edited by Tonni Limbong. *J-EBIS* 3, no. 2 (2019): 133. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/ebis/article/download/776/546>.
- Muhsin Arafat, Azizah Nur Hidayah, Baizura Septi Azhari dan Rodiah Domai. "Jual Beli Fasid Menurut Imam Abu Hanifah." *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law* 4, no. 2 (2021): 191.
- Muqarrabin, Alex Maulana. "Theory of Planned Behaviour." Global Business Marketing, n.d.
- Ns. Alfeus Manuntung, S.K.M.K. *TERAPI PERILAKU KOGNITIF PADA PASIEN HIPERTENSI*. WINEKA MEDIA, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=VWGIDwAAQBAJ>.
- Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Priansa, Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni. *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2019.
- Priskila, Tisia. "Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia)." *Business Management Journal* 14, no. 2

- (2018): 101. <http://journal.ubm.ac.id/>.
- Putri, Melisa. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya,” 2019.
- Rahmawati, Anna Irma. “Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas PGRI Semarang.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif* 1, no. 1 (2021): 20. <https://journal2upgris.ac.id/>.
- Rahmawati, D. *Millennials and I-Generation Life*. Jakarta: LAKSANA, 2018. <https://books.google.co.id/books?id=FwcqEAAAQBAJ>.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam (Hukum Fiqh Islam)*. Bandung: Sinar Baru Algensindo Bandung, 2017.
- Romindo, R, M Muttaqin, D H Saputra, D W Purba, M Iswahyudi, A R Banjarnahor, A H P Kusuma, F Effendy, O K Sulaiman, and J Simarmata. *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, 2019. <https://books.google.co.id/books?id=PirGDwAAQBAJ>.
- Salim, Munir. “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam.” *Al-Daulah* 6, no. 2 (2017): 371–86.
- “Shopee Perusahaan Perdagangan Elektronik Asal Singapura,” n.d. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>.
- “Siapa Pemilik Shopee? Berikut Profil Dan Penjelarasannya,” n.d. <https://phki.uma.ac.id/2022/01/24/siapa-pemilik-shopee-berikut-profil-dan-penjelarasannya/>.
- Sidqi, Diah Pranitasari dan Ahmad Nurafif. “Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 18, no. 02 (2021): 12. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JAM/article/view/438/264>.
- Silvia, Tumpal Janji Raja Sitingjak dan Vivi. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Akutansi Dan Keuangan* 4, no. 8 (2022). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>.
- Simamora, B. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002. <https://books.google.co.id/books?id=pAfxNu7FFCYC>.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*

- Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji dan. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Setiyawami. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2009.
- Sujarweni, Wiratna. “Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.” Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015.
- Supriadi, Sukarno Wibowo dan Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Suryoko, Dina Setyowati dan Sri. “PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ( Studi Pada Pengguna Situs BukaLapak Di Kota Semarang ) Dina Setyowati , Sri Suryoko Email : Dinasetyo123@gmail.Com Pendahuluan Perkembangan Teknologi , Info.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no. 1 (2020): 4. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/26331>.
- Taesar Wahyudi, Baiq Handayani R, Sulaeman Sarmo. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop.” *JRM* 19, no. 1 (2019): 3. <https://jrm.unram.ac.id/index.php/jrm/article/view/33/10>.
- Treuren, Kenneth W Van. “Helping IGen Engineering Students Prepare for the Real World.” *American Society for Engineering Education*, 2020, 2–3.
- Utami, M. Taufik Hidayat dan Fitriani Nur. “Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Pada Generasi Millennial Di Indonesia for Millennials in Indonesia.” *E-Proceeding of Management* 9, no. 1 (2022): 61–74. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17422/17132>.
- Wibowo, Mutiara dan Imam. “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal*



- Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8, no. 2 (2020): 13–14. <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>.
- Widyarini, Widyaiswara. “Memahami Terbentuknya Perilaku Dari Perspektif Theory of Planned Behaviour.” Kemenkeu Learning Center, n.d. <https://klc.kemenkeu.go.id/memahami-terbentuknya-perilaku-dari-perspektif-theory-of-planned-behaviour/>.
- Yusrini Meidita, Suprpto, Retno Indah Rokhmawati. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan , Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce ( Studi Kasus : Shopee ).” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 2, no. 11 (2019): 5683. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/3399/1326/>.
- Zurohman, Achmad, and Eka Rahayu. “Jual Beli Online Dalam Perpekstif Islam.” *Iqtishodiyah* 5, no. 1 (2019): 31.

