

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Zakarija, 'Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan', *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 2, 2010, 1–20
- Akbar, Masfufah Hanik, and Augusty Tae Ferdinand, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Kafe Five Points Semarang', *Diponegoro Journal of Management*, 2015, 551–63
- Alfian, Ian, and Muslim Marpaung, 'Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan', *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2017), 118–41
- Anita, Yeni, 'Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Dan Lazada Di Kota Pekanbaru)' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019)
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4.12 (2015)
- 'APJII: Penetrasi Internet Indonesia Capai 77,02% Pada 2022' <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>> [accessed 25 January 2023]
- Astuti, Rifelly D, and M M SE, 'Konsep Pemasaran Dan Perilaku Konsumen', *Pengantar Bisnis. EKMA*, 2006
- Bulan, Tengku Putri Lindung, 'Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5.1 (2016), 431–39
- Burhan, Imron, Nurul Afifah, and Sri Nirmala Sari, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Insan Cendekia Mandiri, 2022)
- Darojatun, Rina, 'Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i Dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah', *Wardah*, 19.2 (2018), 135–57
- Diyatma, Aris, and Irma Rahayu, 'Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro &bar', *EProceedings of Management*, 4.1 (2017)
- Dwi Setyaningsih, Mely, 'PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO AERO JALAN SUROMENGGOLO NO. 6 KELURAHAN BANGUNSARI KECAMATAN PONOROGO KABUPATEN PONOROGO' (Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2021)
- Etzel, Michael J, Bruce J Walker, and William J Stanton, *Marketing*

- (McGraw-Hill/Irwin, 2001)
- Evelina, Nela, Handoyo Djoko Waloejo, and Sari Listyorini, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen TelkomFlexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1.1 (2013), 203–13
- Faroh, Wahyu Nurul, 'Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian', *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4.2 (2017), 3–24
- FIKRIYYAH, FIKRIYYAH, Abdul Malik, and Eri Nofriza, 'PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI)' (UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022)
- Fitriyah, Faridatul, 'Analisa Pengendalian Kualitas Produk Tahu Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *UNIVERSUM: Jurnal Keislaman Dan Kebudayaan*, 10.02 (2016), 165–76
- Al Ghoribi, Khabibuddin, and Handoyo Djoko Waloejo, 'Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pebelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7.4 (2018), 185–91
- Harahap, Dedy Ansari, 'Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus', *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9.2 (2018), 193–213
- Harsanto, Luthfan Fazari, and Wahyu Hidayat, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UKM Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6.3 (2017), 340–51
- Hermawan, Dedi Joko, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online', *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9.2 (2021), 100–110
- Herudiansyah, Gumar, Mister Candra, and Reza Pahlevi, 'Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir', *Suluh Abdi*, 1.2 (2019)
- Hidayat, Rahmat, 'Aplikasi Penjualan Jam Tangan Secara Online Studi Kasus: Toko JAMBORESHOP', *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 3.2 (2017), 90–96
- Huda, Nurul, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Dea Mazaya, and Dian Sugiarti, *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi* (Kencana, 2017)
- Jaelani, Evan, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Online Pada Konsumen Tokopedia Di Bandung', *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10.2 (2018), 57–64
- Jayanti, Ansri, 'Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Harga Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Lazada Di Kota Makassar', *JURNAL MANAJEMEN Dan ORGANISASI REVIEW (MANOR)*, 1.2 (2019), 127–40
- Jayanti, Ratna Dwi, 'Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang)', *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10.1 (2015)
- Khoiroh, Ummul, 'Analisis Perilaku Mahasiswi Dalam Menggunakan Fashion Muslim Berdasarkan Theory Of Planned Behaviour (TPB) Di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru' (Universitas Islam Riau, 2021)
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong, 'Pemasaran', *Jakarta: Erlangga*, 2010
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran' (edisi, 2009)
- Kotler, Philip T, and Nancy R Lee, *Up and out of Poverty: The Social Marketing Solution* (Pearson Prentice Hall, 2009)
- Kurniawan, Moh Usman, and Firman Ashadi, 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Pada Mahasiswa Di Kabupaten Jember', *Eco-Socio: Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi*, 2.2 (2018), 134–44
- Kurniawati, Dewi, and Andriani Kusumawati Suharyono, *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)* (Brawijaya University, 2014), I
- Lesmana, Rosa, and Suci Dara Ayu, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2.3 (2019), 59–72
- Lilien, Gary L, Philip Kotler, and K Sridhar Moorthy, *Marketing Models* (Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ, 1992), DCCIII
- Lukitaningsih, Ambar, 'Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran', *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13.2 (2013), 116–29
- Mandey, Jilly Bernadette, 'Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1.4 (2013)
- Mujiyana, Mujiyana, and Ingge Elissa, 'Analisis Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi Keputusan Pembelian via Internet Pada Toko Online', *J@ TI Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8.3 (2013), 143–52
- Nainggolan, Nana Triapnita, Munandar Munandar, Andriasan Sudarso, Lora Ekana Nainggolan, Fuadi Fuadi, Puji Hastuti, and others, *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Oentoro, Deliyanti, 'Manajemen Pemasaran Modern', *Yogyakarta: Laksbang Pressindo*, 2012
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi 1' (STIE Widya Gama Lumajang, 2015)
- Prasastiningtyas, Tabhita Ratna, and Djawoto Djawoto, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5.7 (2016)
- Prastiwi, Iin Emy, and Tira Nur Fitria, 'Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.3 (2020), 731–36
- Putra, Muhammad Deni, Darnela Putri, and Frida Amelia, 'Prinsip Konsumsi 4K+ 1M Dalam Perspektif Islam', *ASY SYAR'IYYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM*, 4.1 (2019), 23–45
- Rahmawati, Annisa, 'Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Hijab Dengan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda (Studi Kasus: Almondberlys Online Shop)' (UII, 2016)
- Sapriana, Putri, and Juli Dwina Puspita Sari, 'Pengaruh Endorsement Selebgram Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Online Konsumen Di Kota Langsa', *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4.2 (2022), 169–81
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty, and Wahyono Wahyono, 'Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online', *Management Analysis Journal*, 5.4 (2016)
- Shamusri, Syafirra, and Azmi Fitrissia, 'Belanja Online: Studi Online Shopping Mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP) Tahun 2014-2019', *Jurnal Kronologi*, 3.1 (2021), 320–29
- Simamora, Virgo, and Tri Wahyuningsih, 'Pengaruh Consumptive Habit Dan Kemudahan Transaksi Online Terhadap Business Productivity Dengan Fasilitas Kemudahan IT Sebagai Variable Moderasi', *JOURNAL FOR BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP*, 3.1 (2019)
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (literasi media publishing, 2015)

- Swastha, Basu, and T Hani Handoko, 'Manajemen Pemasaran', *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002*
- Syahputra, M Rizki, and Zubaidah Hanum, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Melakukan Pembelian Secara Online', in *Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi-SANISTEK, 2021*, pp. 103–7
- Syamsidar, Rizky, and Euis Soliha, 'Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee And Tea Di Gemawang, Kabupaten Semarang)', *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26.2 (2019)
- Ul'fah Hernaeny, M Pd, 'Populasi Dan Sampel', *Pengantar Statistika*, 1 (2021), 33
- Ulva, Lisa, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)' (UIN AR-RANIRY, 2020)
- Wardani, Dian Kusuma, *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif Dan Asosiatif)* (LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020)
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri, 'Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2.1 (2020), 98–112
- Yulia, Yosephine Angelina, Yenni Khristiana, and Andri Octaviani, 'Niat Berwirausaha Start Up Pada Mahasiswa: Menggunakan Theory Of Planned Behavior Model', *ProBank*, 6.1 (2021), 129–35
- Zurohman, Achmad, and Eka Rahayu, 'Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam', *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.1 (2019), 21–32