

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan dan Mila Sartika. “Halal Lifestyle di Indonesia”. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2, 2019.
- Agustina, Lidya., Alifia Oktrina Fayardi dan Irwansyah. “Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-Commerce”. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 2, 2018.
- Ajzen, Icak. “The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Question”. *Human Behavior and Emerging Technologies* 2, no. 4, 2020.
- Amelia, Regina Dwi., Michael dan Rachman Mulyandi. “Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Kecantikan”. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 2, 2021.
- APJII.or.id. “Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang”. 6 November 2023.
- Assuri, Sofjan. *Strategi Marketing Edisi 1, cet 1*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Aulia, Tarisa., Larasati Ahluwalia dan Kemala Puji. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung”. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technlogy* 2, no. 2, 2023.
- Fadhilah dan Galih Ginanjar Saputra. “Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z”. *Inovasi* 17, no.3, 2021.
- Fathurrahman, Ayif dan Martyas Anggesti. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Kasus Pada Produk Safi)”. *Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2, 2021.
- Fatimah, Hesti Noor dan Andri Nurtantiono. “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemelian (Pengguna Aplikasi Shopee)”. *Jurnal Sinar Manajemen* 9, no. 1, 2022.
- Fransiska, Indah dan Putu Nina Madiawati. “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Bandung”. *Jurnal Sekertaris dan Administrasi Bisnis* 4, no. 1, 2022.
- Ghoni, Mohammad Abdul dan Euis Soliha. “Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee”. *Jurnal Mirai Management* 7, no. 2, 2022.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: UNDIP, 2018.
- Habibah, Ummu dan Sumiati. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, no. 1, 2016.
- Hanafiah Ramadhani A.N.A dan Rochiyati Murniningsih. “Pengaruh Gaya Hidup Halal dan *Self-identify* Terhadap Halal Fashion di Indonesia”. *Business and Economics Conference in Utilization Of Modern Technology*, 2021.
- Harahap, Rabiatul Abdawiyah., Ahmad Kholil dan Supaino. “Pengaruh *Halal Lifestyle*, *Social Media* dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare MS Glow*”. *Konferensi Nasional Social dan Engineering Polmed*, 2022.
- Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo, 2005.
- Hidayati, Nur Laili. “Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Review* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 6, no. 3, 2018.
- Hoiriyah, Yuliana Ulfidatul dan Yustina Chrismardani. “Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Pada Mahasiswi Universitas Trunjoyo Madura)”. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* 1, no. 2, 2021.
- Homseh dan Prihantono. “Analisis Pengaruh Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Melalui *Islamic Religiosity* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Anggota Fatasyat Nu Kabupaten Mempawah)”. *Journal of Islamic Economics* 2, no. 2, 2023.
- Ilmiyah, Khafidatul dan Krishernawan. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee di Mojokerto”. *Maker: Jurnal Manajemen* 6, no. 1, 2020.
- Kamisa, Nur., Almira Devita Putri, dan Dian Novita. “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung)”. *Journal of Economic and Business Research* 2, no. 1, 2022.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Principles Of Marketing 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2014.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas Jilid 1, dialih bahasakan oleh Bob Sabran M.M.* Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks, 2016.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks, 2018.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Sebelas Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks, 2005.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: YKPN, 2001.
- Latief, Fitriani dan Nirwana Ayustira. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla". *Jurnal Mirai Management* 6, no. 1, 2020.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Misno, Abdurrahman dan Sabri Mohamad Sharif. *Menggenggam Nusantara Raya Pasca Covid: Resesi Ekonomi atau kebangkitan?*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Mufidah, Eryul. "Harga (*Price*) dalam Manajemen Pemasaran Islam". *Attanwir: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan* 10, no. 1, 2019.
- Mulyana, Sri. "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online* pada Shopee di Pekanbaru". *Jurnal Daya Saing* 7, no. 2, 2021.
- Muslimin, Supriadi., Wardah Jafar, dan Zainab. "Konsep Penetapan Harga dalam Perspektif Islam". *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1, 2020.
- Muttaqin, Azhar. "Transaksi *E-Commers* Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam". *Fakultas Agama Islam UMM* 7, no.1, 2011.
- Nasution, Mustafa Edwin., Budi Setyanto, Nurul Huda, Muhammad Arief Mufraeni, dan Bey Sapta Utama. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.

- Nianggolan, Nana Triapnita., Andriasan Sudarso, Munandar dan Lora Ekana Nainggolan. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga dalam Perspektif Islam". *Mazahib* 4, no. 1, 2007.
- Patikab.bps.go.id. "Penduduk Kabupaten Pati Menurut Generasi, SP2020". 11 Mei 2024.
- Paul, Peter J., Jerry C. Olson. *Perilaku Konsumen Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Pratiwi, Afrida., Dedi Junaedi, dan Agung Prasetyo. "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret". *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 2, no. 2, 2019.
- Prayitno, Duwi. *Cara Kiat Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- Priyatno, Duwi. *Pengolahan data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Purnamasari, Lathiyfah Shanti., Bambang Somantri dan Viska Agustiani. "Pengaruh *Shopping Lifestyle* Dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* Pada Shopee. Co. Id (Studi Kasus Di Lingkungan Mahasiswa Kota Sukabumi)". *Cakrawala Repositori IMWI* 4, no. 1, 2021.
- Purwanto, Hery., Sumunar Jati, dan Ahmad Rofiq. "*Policy Analysis Of Enforcement of Halal Product Guarantee Regulations Through The Regulatory Impact Analysis (RIA) Approach*". *Journal of Digital Marketing and Halal Industry (JDMHI)* 3, no. 2, 2021.
- Putra, Eko. "Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa STIE Pasaman)". *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 6, no. 2, 2020.
- Rerung, Rinto Rare. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rismaya, Tia., Ujang Buchori Muslim, dan Hasbi Ash Shiddieqy. "Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada *E-Commers* Ditinjau dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee)". *Sahid Business Journal* 1, no. 1, 2021.
- Salsabilla, Natassya dan Trisni Handayani. "Pengaruh Online *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok". *Jurnal Ilmiah MEA* 7, no. 2, 2023.
- Santoso, Giovani dan Anna Triwijayati. "Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Pada Generasi Z Indonesia". *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen* 11, no. 3, 2018.

- Setiabudi, Bob. *Kabupaten Pati Dalam Angka 2024*. Pati: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pati, 2024.
- Solihin, Budi. "Konsep Mekanisme Pasar dan Persaingan Harga Dalam Islam". *Al: Mujaddid Jurnal Ilmu-Ilmu Agama* 1, no. 2, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Syamsuri, Eka Virawati. "Pengaruh *Store Image*, *Online Customer Review* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)". *Journal Bisnis dan Manajemen* 6, no. 2, 2020.
- Tyas, Diah Aprilianing dan Agus Supriyanto. "Keputusan Konsumen Dalam Memilih Hotel Syariah: Ditinjau Dari *Halal Lifestyle*, *Muslim Friendly Facilities*, dan *Knowledge*". *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, no. 2, 2022.
- Wahyudi, Taesar dan Baiq Handayani Rinuastuti. "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk *Fashion* Shopee *Online Shop*". *Jurnal Riset Manajemen* 19, no.1, 2019.
- Wati, Rika Amelia., M. Ridwan Basamalah dan Rahmawati. "Pengaruh Lingkungan, Teman Sebaya, *Viral Marketing* dan *Customer Online Review* Terhadap Keputusan Pembelian Implusif Secara *Online* Di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2018 Universitas Islam Malang)". *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10, no. 13, 2022.
- Wikipedia.org. "Shopee-Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas". 27 Desember 2023.
- Wulandari, Hartini Prasetyo dan Asih Endah Subandiyah. "Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee di Yogyakarta". *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi* 9, no. 2, 2022.
- Zaidah, Nurul., Muhtar Solihin dan Muliadi. "Halal *Lifestyle* dan Wara' *Lifestyle* (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB)". *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no.3, 2022.

Zis, Sirajul Fuad. “Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital”. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 5, no. 1, 2021.

