

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rizki Muazam. “Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial”, 06 Agustus, 2020. <https://www.alinea.id/gayahidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenialb1ZRL9woj>
- Al-Qur'an, surat Al-Anfaal ayat 58, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, surat Al-Baqarah ayat 275, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, surat Al-Hujurat ayat 6, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, surat Ali Imran ayat 77, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, surat Al-Muddassir ayat 38, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an surat Yusuf ayat 55, <https://quran.kemenag.go.id/>
- Alimin, Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- Amir, M. Taufiq. *Merancang Kuesioner: Konsep dan Panduan untuk Penelitian Sikap, Kepribadian, dan Perilaku*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Arini Fazrin. “Shopee Fokuskan Segmentasi Pasar”, 14 Agustus, 2019. <https://selular.id/2019/08/shopee-fokuskan-segmentasi-pasar/>
- Arisandy, Yosy., Andi Harpepen, dan Alhadi Kurniawan. *Sistem Informasi Manajemen: Teori dan Implementasi dalam Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Auliya, Zakky Fahma, dkk. “Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia”, *Jurnal EBBANK*, Vol.8, No.1, 2017. <http://ebbank.stiebbank.ac.id>

- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Effendi, Usman dan Alwin R. Batubara. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Haryani, Dwi Septi. "Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian *Online* di TanjungPinang". *Dimensi*, no. 2, 2019. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldm/article/view/2155>
- Hastuti, Puji., Agus Nurofik, Agung Purnomo, Abdurrozaq Hasibuan, Handy Aribowo, Annisa Ilmi Faried, Tasnim, Andriasan Sudarso, Irwan Kurniawan Soetijono, Didin Hadi Saputra dan Janner Simartama. *Kewirausahaan Dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020. [https://books.google.co.id/books-id\\_buku-kewirausahaan-dan-umkm](https://books.google.co.id/books-id_buku-kewirausahaan-dan-umkm)
- Herman Riyadi. "Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee?", 29 April 2019. <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*, diedit oleh Engkus Kuswandi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- HR. Muslim, Kitab Al-Iman, no. 102 vol. 1.
- Istiqomah, Mira dan Novi Marlana. "Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion". *Jurnal Manajemen*, no. 2, 2020. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>

- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018.
- Kamila, Korina Tasya, Suharyono dan Inggang Perwangsa Nuralam. Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016-2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 72, No. 1, Juli (2019) <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>
- Liyanti, Lita. “Pengaruh Persepsi Risiko dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop*”. Skripsi: IAIN Surakarta, 2018.
- Luqyana, Ika. *Pengaruh Label Halal dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Safi*. Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019. <http://digilib.uinsby.ac.id/31097/>
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonesia, 2005.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Maulana, Hutomo Atman dan Yunelly Asra. “Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan”, *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7, 2019. <https://www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IPB>.
- Miftah, A.A. dan Ambok Pangiuk, *Pemberdayaan Ekonomi Dan Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Wirausaha*. Malang: Ahlimedia Press, 2020.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utama dan M. Budiantara. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Pamungkas, Indra Novianto Adibayu dan Martha Tri Lestari. *Marketing Communication in Cybermedia Era*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ilhalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Priyastama, Romie, *The Book Of SPSS Pengolahan & Analisis Data*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Purkon, Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Saviq Bachdar. "Mengapa Shopee jadi E-Commerce yang Paling Sering Diakses?". 25 Maret, 2018. <https://marketeers.com/mengapa-shopee-jadi-e-commerce-yangpaling-sering-diakses/>
- Rifai, Fariz Irfan. "Pengaruh *Online Customer Review*, Kelengkapan Produk, dan Kualitas produk Terhadap keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Pada *Online Marketplace*". Skripsi, Universitas Gunadarma, 2019.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sugiarto, Dergibson Siagian. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Suhir, Moch, Imam Suyadi dan Riyadi. "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website [www.Kaskus.co.id](http://www.Kaskus.co.id))". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 8, No. 1. 2014. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sujarweni, V. Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006.
- Sumarwan, Ujang., Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho. *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018. <https://books.google.co.id/books-id-buku-riset-pemasaran-ujang-sumarwan>
- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Supriyanta dan Tri Wahyudi. *E Commerce Untuk Indonesia Lebih Baik*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Tajun Nashr, “Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam”, Desember 2016. <https://rumahfiqih.com>
- Wibowo, Lili Adi dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Yasid, “Perilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam”, *EKBISI* 7, no. 2, 2013.