

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwirya, Muhammad Firdiansyah, and Putu Sudana. “Akuntabilitas, Transparansi, Dan Anggaran Berbasis Kinerja Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Denpasar.” *Jurnal Akuntansi* 11, no. 2 (2015).
- Afrianty, Nonie, and Detri Agustina. “Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu.” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1, no. 2 (2020).
- Al-Qur'an Dan Terjemahan Tajwid Sistem Warna*. Jakarta: Almahira, 2018.
- Alfiyan. “Penyelesaian Perselisihan Di Shopee Terlalu Memihak Seller Meskipun Kasus Murni Kesalahan Penjual.” *Media Konsumen*, 2019. <https://mediakonsumen.com/2019/12/02/surat-pembaca/penyelesaian-perselisihan-di-shopee-terlalu-memihak-seller-meskipun-kasus-murni-kesalahan-penjual>.
- Almunawwaroh, Medina, and Rina Marlina. “Pengaruh CAR, NPF Dan FDR Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2018).
- Amin, M. Affan. “Pengaruh Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Swalayan Basmalah Cabang Rembang Pasuruan Jawa Timur.” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.
- Andayani, Endah, Rahayu Triastity, and Erni Widajanti. “Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler As Dengan Celebrity Endorser Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 16, no. 1 (2016).
- Anggraini, Chindy Ayu, Susie Perbawasari, and Heru Ryanto Budiana. “Cyberbranding Sebagai Upaya Membangun Brand Awareness.” *Jurnal Komunikasi Dan Media* 2, no. 2 (2018): 72–86.
- Anwar, Resa Nurlaela, and Aulia Afifah. “Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Konsumen Terhadap

- Minat Beli Di Situs Online (Studi Kasus Pengunjung Situs Lazada Di Jakarta Timur).” *Jurnal Manajemen* 9, no. 1 (2016).
- Anwar, Rosian, and Wijaya Adidarma. “Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016): 156.
- Astiyanti, Gita Aprillia. “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektivitas Iklan Dan Minat Beli Pada Minuman Serbuk Buah Merek Nutrisari.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 1 (n.d.).
- Barokah, Siti, and Rini Setyo Witiastuti. “Pengujian Abnormal Return Saham Sebelum Dan Sesudah Peluncuran Indeks MNC36.” *Management Analysis Journal* 5, no. 2 (2016).
- Databoks. “Berapa Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia?,” 2018.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Cet 1. Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Faizan, Aklis. “Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap.” *Management Analysis Journal* 3, no. 2 (2014): 2.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Edisi Pert. Jakarta: Kencana, 2017.
- Fitriya, Elok. “Analisis Pengaruh Islamic Branding Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia* 2, no. 1 (2017).
- Furi, Ratna, Nur Hidayati, and Siti Asiyah. “Pengaruh Keamanan , Kemudahan , Kepercayaan Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Shopee.” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9, no. 2 (2020).
- Haekal, Azwar, and Bambang Widjajanta. “Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website

- Classifieds Di Inonesia.” *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* 1, no. 1 (2016).
- Hana, Kharis Fadlullah. “Minat Beli Online Generasi Milenial : Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 7, no. 2 (2019).
- Harhari, Bob. “Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Ac Merek X Di Jakarta Barat.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* IV, no. 2 (2014).
- Hendra, Muhammad David. “Pengaruh Kreativitas Iklan Melalui Penggunaan Endorser Pocari Sweat Untuk Aplikasi Smartphone Terhadap Minat Beli Komunitas.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2018).
- Herawati, Jajuk. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Produk Secara Online Menggunakan Facebook Berdasarkan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta).” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Akmenika* 16, no. 1 (2019): 209–10. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1>.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- Istiqomah, Zainul Hidayat, and Ainun Jariah. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang.” *Transformation of Accounting & Business in Era Revolution Industri* 2, no. 1 (2019): 558.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Pertama. Jakarta: Kencana, 2012.
- Japarianto, Edwin, and Stephanie Adelia. “Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020).
- Kholis, Annisa Azzahra, and Putu Nina Madiawati. “Pengaruh Keamanan Situs, Kepercayaan Terhadap Minat Beli Di

- Situs Belanja Online Shopee.” *E-Proceeding of Management* 6, no. 2 (2019).
- Khotimah, Husnul, Muhammad Khafid, and Amin Pujiati. “Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli.” *Journal of Economic Education* 5, no. 2 (2016).
- Khotimah, Khusnul, and Febriansyah. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 1, no. 1 (2018).
- Mahardhika, Muhammad. “Pengaruh Islamic Branding Terhadap Minat Beli Produk Clothing Islami (Survei Pada Mahasiswa Muslim FPEB Universitas Pendidikan Indonesia).” Universitas Pendidikan Indonesia, 2019.
- Mahkota, Andy Putra, Imam Suyadi, and Riyadi. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2014).
- Mahyarni. “Theory Of REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku).” *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013): 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Revisi 2. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: STAIN Kudus, 2009.
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Pert. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Nasehudin, Toto Syatori, and Nanang Gozali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Nasrullah, Muhammad. “Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk.” *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2015).
- Navrillia, Rifa. “Ini Dia! Fakta Menarik Dari Logo Shopee.” *Jagad Media*, 2020.

- <https://www.jagamedia.id/2020/10/ini-dia-fakta-menarik-dari-logo-shopee.html?m=1>.
- Otnsa. "Shopee." Wikipedia, n.d.
- Perdana, Aldy Sapta. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fkip Unila Di Situs Jual Beli Online Shopee." Universitas Lampung, 2019.
- Praharjo, Ardik. "Perilaku Pembelian Secara Online Generasi Milenial Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* XIX, no. 1 (2019): 223.
- Prasetya, Adhitya Yoga. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Berbelanja Online Melalui Kepercayaan Konsumen." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan* 4, no. 1 (2013).
- Purwanto, Erwan Agus, and Dyah Ratih Sulistiyastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media, 2007.
- Ramadhani, Nofia Ulfah, Berto Mulia Wibawa, and Janti Gunawan. "Analisis Sikap Konsumen Perempuan Terhadap Produk Green Skincare: Pendekatan Multiatribut Fishbein." *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 8, no. 1 (2019).
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. "Menciptakan Islamic Branding Sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi* I, no. 2 (2013).
- Rizki, Amalia Ghani, Kadarisman Hidayat, and Lusy Deasyana Rahma Devita. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia ( Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015 / 2016 Dan 2016 / 2017 Yang Membeli Barang Secara Online Di E- Commerce ." *Jurnal Administrasi Bisnis* 72, no. 2 (2019).
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, and Kadek Rai Suwena. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat

- Beli Produk Pakaian Secara Online.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (2019): 321–22.
- Saleh, Abdul Rahman, and Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Setiawaty, Novia Anggraeny. “Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa / i Universitas Gunadarma, Depok).” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 22, no. 1 (2017).
- Setyobudihono, Sudjatmiko, and Ermina Istiqomah. “Peranan Suami Dalam Mempengaruhi Keputusan Ibu Hamil Untuk Mengkonsumsi Tablet Besi.” *Jurnal Ecopsy* 2, no. 1 (2015).
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty, and Wahyono. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online.” *Management Analysis Journal* 5, no. 4 (2016).
- Shifu. “Shopee: Visi Dan Misi E-Commerce Shopee,” 2018. <https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee-visi-dan-misi-e-commerce-shopee.html>.
- “Sistem Informasi Management,” 2018. <http://gmanagement2016.blogspot.com/2018/06/studi-kasus-toko-online-shopee.html?m=1>.
- Sitorus, Samuel Domade, and M. Kholid Mawardi. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Carousell).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 73, no. 1 (2019): 10.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sukron, Ady Rony Muchammad. “Pengaruh Kemudahan

- Penggunaan, Islamic Branding Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” IAIN Salatiga, 2019.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Cet. 1 Ed. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Susanto, A. B., and Himawan Wijarnako. *Power Branding: Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika, 2004.
- Suyanto, M. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007.
- Swasty, Wirania. *Branding: Memahami Dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Tilaar, Florida, S.L.H.V. Joycee Lapijan, and Ferdy Roring. “Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 4 (2018): 2029.
- Databoks. “Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% Dalam 5 Tahun,” 2016. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun>.
- Ummah, Nazichatul. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Risiko Yang Dirasakan Terhadap Minat Beli Toko Online (Study Pada Konsumen Generasi Milenial).” Universitas Muhammadiyah Gresik, 2020.
- Wibowo, Lili Adi, and Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Widiyastuti, Rr. Ariyani Yakti. “Banyak Dikeluhkan Lewat YLKI, Perusahaan E-Commerce Angkat Bicara.” *Tempo.Co*. 2020. <https://bisnis-tempo-co.cdn.ampproject.org/v/s/bisnis.tempo.co/amp/1295298/banyak-dikeluhkan-lewat-ylki-perusahaan-e-commerce-angkat->

bicara?amp\_js\_v=a6&amp\_gsa=1&usqp=mq331AQH  
KAFQArABIA%3D%3D#.

Widowati, Theresia Intan. “Pengaruh Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Pada Merek Melalui Efektivitas Iklan Pada Iklan Merek ‘X’ Di Surabaya.” *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2015.

Wijaya, Megawati, and Farida Jasfar. “Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa* 7, no. 2 (2014).

