

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, Nadhril. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok." *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2020) - 6 Februari, 2021 - https://sholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=052C5&q=nadhri1%2C+pengaruh+citra+merek&btnG=#d=gs_qabs&u=%3D2jLf19Lf19WnINsJ.
- Akbar, Mohammad Aldrin dan Sitti Nur Alam. *Ecommerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020. https://.google.com/books/about/E_COMMERCE_Dasar_Teori_Dalam_Bisnis_Digi.html?hl=id&id=sXf2DwAAQBAJ.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Alquran dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alquran, 1971.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung dan Sumarno Dwi Saputra. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 15, no. 2 (2015).
- Aprilya, Trias. "Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop melalui Instragram dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer di Samarinda." *E-Journal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2017) - 27 Januari 2020 - https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C57q=Trias+Aprilya&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p3DLgPDAXGV3xQJ.
- Arifin, Imamul dan Giana Hadi Wagiana. *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007. https://books.google.com/books/about/Membuka_Cakrawala_Ekonomi.html?hl=id&id=c2ivoTSvjsC.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.

- Asnawi, H. Nur dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Christiana, Rachel. "Strategi Shopee dalam Menarik Perhatian Pelanggan." *suara.com*, 10 Desember 2019.
<https://yoursay.suara.comnew/2019/12/10/131146/strategi-shopee-dalam-menarik-perhatian-pelanggan>.
- Deborah, Wiendy. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, dan Kualitas Website terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 03, no.1 (2019) - 2 Oktober 2021 -
<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/4933/2966>.
- Fachmi, Muhammad dan Ikrar Putra Setiawan. *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah*. Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020.
https://books.google.com/books/about/Strategi_Meningkatkan_Kepuasan_Nasabah_A.html?hl=id&id=k-KOEAAQBAJ.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2018.
https://books.google.com/books/about/Etika_Bisnis_dalam_Islam.html?hl=id&id=hF4CEAAAQBAJ.
- Febriani, Nufian S dan Wayan Weda Asmara Dewi. *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Malang: UB Press, 2019.
https://books.google.com/books/about/Perilaku_Konsumen_di_Era_Digital.html?id=id=YXXRDwAAQBAJ.
- Firmansyah, M. Anang. *Pengantar E-Marketing*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
https://.google.com/books/about/PENGANTAR_E_MAR_KETING.html?hl=id&id=Wk4CEAAAQBAJ.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen*. Sleman: CV. Budi Utama, 2018.

- Handayani, Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. diedit oleh Suryani. Sleman: Deepublish, 2019.
https://books.google.com/books/about/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Islam.html?hl=id&id=MEnGDwAABAJ.
- Hermawan, Haris. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 1, no. 2 (2015) - 6 Februari, 2021 -
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/jurnal/index.php/JMBI/article/view/21/18>.
- Huda, Nurul dkk. *Pemasaran Syariah: Teori Dan Aplikasi*. Depok: Kencana, 2017.
https://books.google.com/books/about/Pemasaran_Syariah.html?hl=id&id=3hVNDwAAQBAJ.
- Ibrahim, Anwar. “Waqf An-Nuqud (Wakaf Uang) dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2009).
https://books.google.com/books/about/Jurnal_Al_Awqaf_Vol_02_No_02_April_2009.html?hl=id&id=Q7ulDwAAQBAJ.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019. PDF e-book.
- Ispawarti, Rini. “Profil Perusahaan Shopee: Kapan Berdiri, Ceo, Alamat Kantor Indonesia.” 24 Januari, 2021.
<https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/>.
- Japarianto, Edwin dan 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) - 2 Oktober 2021 -
<https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/22616>.
- Kodu, Sarini. “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza.” *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2013) - 27 Desember 2020 -

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2536/2072>.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan oleh Bob Sabran, diedit oleh Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani. Jakarta: Erlangga, 2008. PDF e-book.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Terjemahan oleh Bob Sabran, diedit oleh Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mahkota, Andy Putra dan Imam Suyadi Riyadi. “Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 8, no. 2 (2014) - 27 Desember 2020 - <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/359/554>.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Muslimah, Siti, Rahmad Solling Hamid dan Muhammad Aqsa. “Analisis Dampak Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Perspektif *Marketing MIX*.” *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2021) - 27 Januari 2021 <http://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/306/146>
- Raditya Abdullah, Renandho, Edy Yulianto, dan M. Kholid Mawardi. “Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Kartu Perdana SimPATI di GraPARI Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 42, no. 1 (2017) - 3 Oktober 2021 - <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1663/2047>
- Rizki, Amalia Ghani. “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 Ecommerce).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 72, no. 2 (2019) - 6 Februari, 2021-

- <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2865/3252>.
- Romia, Siti dan Alifah Ratnawati. “Keputusan Pembelian E-Commerce melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web.” *Ekobisnis* 19, no. 1 (2018).
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sastika, Widya. “Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan *E-Service Quality* untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Kota Bandung 2017”. *Ikraith-Humaniora* 2, no. 2 (2018) - 28 Januari 2021 - https://scholar.google.com/scholar?hl=id&btnG=#d=gs_qabs7u=%23p%3D5oaDpChys-8J.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Sriningsih, Nunung Wahyu dan Finisica Dwijayati Patrikha. “Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian dengan Moderasi Kepercayaan di Marketplace Shopee.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36017/32033>.
- Sugiarto, Edie. “Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian dan Perhatian Setelah Transaksi terhadap Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan.” *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2016) - 6 Oktober, 2021 - <https://www.jurnalekonomi.unisula.ac.id/index.php/jpim/article/view/4/4>.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Suprpto, Rifqi dan M. Zaky Wahyuddin Azizi. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher, 2020.

https://books.google.com/books/about/BUKU_AJAR_M_ANAJEMEN_PEMASARAN.html?id=uHbJDwAAQBAJ.

Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: Deepublish, 2019.

https://books.google.com/books/about/Manajemen_Pemasaran_Suatu_Strategi_Dalam.html?hl=id&id=rKmRDwAAQBAJ.

Tjahjono, Amelia, Hatane Semuel dan Ritzky Karina M. R. Brahmana. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 1, no. 2 (2013) - 6 Februari 2021 -

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1017/915>.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2017.

Tulanggow, Sharen G., Tinneke M. Tumbel dan Olivia Walangitan. "Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia di Kota Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 9, no. 3 (2019) - 27 Desember 2020

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/25129/24828>.

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriyadi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Maliyah* 1, no. 1 (2011) - 12 Februari, 2021 -

<http://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/maliyah/article/view/345>.

Wirapraja, Alexander, Andriasan, Mardia, Hengki, Sulasi, Bonaraja, Diena, Fajrillah, Sardjana. *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.

https://book.google.com/book/about/Manajemen_Pemasaran_Perusahaan.html?hl=id&id=zWgYEAQAQBAJ.

Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning

- Bakery Batam.” *Jurnal Inovasi dan Bisnis* 4, no. 2 (2016) - 6 Februari, 2021 –
<http://ejournal.polbeng.ac.id/jurnal/index.php/IBM/article/view/76/72>.
- Zulkifli, H. R. Zulki. *Manajemen Pemasaran Strategik*. Sleman: Deepublish, 2012.
https://books.google.com/books/about/Manajemen_Pemasaran_Strategik_Dilengkapi.html?id=uHbJDwAAQBAJ.
 “Siapakah E-Commerce paling Murah?” era.id. 5 Desember 2018. <https://era.id/afair/15971/siapakah-e-commerce-paling-murah>.
- “Cara dapat Gratis Ongkir di Shopee tanpa Minimal Belanja Rp. 0.” Rindi Tech. - 28 Januari 2021
<https://www.rinditech.com/2020/08/cara-menggunakan-gratis-ongkir-shopee-tanpa-minimal-belanja.html>.
- “Penjelasan Apa itu Garansi Shopee...,” PGSJ Online. 20 Desember 2017.
<https://www.pgsjjakarta.com/2017/12/penjelasan-apa-itu-garansi-shopee.html>.
- “Q2-2020, Shopee Sehari Layani 2,8 Juta Transaksi.” indotelko.com, - 24 Januari 2020 -
<https://www.indotelko.com/read/1599102212/q2-2020-shopee>.
- “Laporan Survei Pengguna Internet APJII 2019-2020 (Q2).” APJII. - 31 Desember, 2020
<https://www.apjii.or.id/survei>.