

## DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari. *Analisis Regresi Kasus Dan Solusi*. Yogyakarta:BPFE, 2000.
- Bramantya, Yan Bayu dan Jatra, Made. “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mix di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud* 05, no. 03 (2016): 1768.
- Cahyono, Firman Dwi, dkk. “Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-of-Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 37, no. 01 (2016):150-151.
- Fidzah, Nur Amalina dan Sari, Devilia. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 11, no. 02 (2017): 111.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Hardilawati, Wan Laura, dkk. “Endorsment: Media Pemasaran Saat Ini”. *JIM UPB* 07, no. 01 (2019): 89
- Hidayatullah, Syarif, dkk. “Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi G0-Food”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 06, no. 02 (2018): 241
- Ikit, dkk. *Jual Beli Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta:Gava Media, 2018.
- Joesyiana, Kiki. “Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru”. *Jurnal Valuta* 04. no. 01 (2018): 76-77.
- Khotimah, Titik dan Rina Fiati. “Peningkatan Keunggulan Kompetitif Umkm Gerabah Melalui Model E-Business”. *Jurnal Simetris* 03. no. 01 (2013): 31.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:Erlanggam, 2004.
- Laksmi, Aditya Ayu dan Oktafani, Farah. “Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal”. *Jurnal Computech & Bisnis* 10. no. 02 (2016): 82.

- Marfu'ah. *Jual Beli Secara Benar*. Semarang:Mutiaras Aksara, 2019.
- Marlius, Doni. "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Ban Bauran Pemasara PT. Intercom Mobilindo Padang". *Jurnal Pundi* 01. no. 01 (2017): 57.
- Masrukin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus:Stain Kudus, 2009.
- Miranda, Sofia. "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau". *JOM FISIP* 04. no, 01 (2017): 6-7.
- Ngafifi, Muhamad. "Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manuis Dalam Prespektif Sosial Budaya". *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Aplikasi* 02. no. 01 (2014): 46.
- Palma, Marisa Arnindita. "Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen* 16. no. 01 (2016): 87.
- Pradwita, Raden Bagus Rendy Putra, dkk. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi pada Wbsite [www.Laroslaptop.Com](http://www.Laroslaptop.Com) Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan". *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* 08. no. 02 (2020): 218.
- Prayitno, Duwi. *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta:CV Andi Offset, 2012.
- Romdhon, Muhammad Rizqi. *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Surabaya:CV. Garuda Mas Sejahtera, 2015.
- Sari, Funkiya dan Pangestuti, Edriana. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 55. no. 01 (2018): 191.
- Shobirin. "Jual Beli Dalam Pandangan Islam". *Jurnal Bisnis* 3. no. 02 (2015): 243-244
- Siswadi, "Jual Beli Dalam Prespektif Islam". *Jurnal Ummul Qura* 3. no. 02 (2013):60.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta, 2007.

- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabaru Press, 2020.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- Susiawati, Wati. "Jual Beli dan Dalam Konteks Kekinian". *Jurnal Ekonomi Islam* 8. no. 02 (2017): 172.
- Utami, Vania Karunia, dkk. "Analisis Faktor yang Penting dari Dimensi Electronic Word of Mouth (EWOM) bagi Konsumen dalam Memilih Hotel di Disitus Online Travel Agent (OTA). *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9 no. 02 (2015): 79.
- Wibowo, Setyo Ferry, dkk. "Pengaruh Manfaat, Persepsi, Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 6. no. 01 (2015): 444.
- Wijaya, Tommi dan Paramita, Eristia Lidia. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis* 10. no. 2 (2014): 86.
- Yuliawan, Eko, dkk. Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 12. no. 2 (2018): 120.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Ed 1*. Jakarta: Kencana, 2014.

