

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Wasli. *Pengunjung Market Place Tertinggi Februari 2021 pada Iprice*, diterbitkan pada tanggal 18 Maret 2021. <https://teknologi.id/publik/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice> diakses pada tanggal 5 Desember 2021 pukul 18.47 WIB
- Alma, Buchori. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Bandung: CV Alfabeta 2013.
- Al-Qur'an Surat Al- Ahzab Ayat 70. *Al-quran dan Terjemahannya*. Surabaya : Halim Publising, 2013.
- Al-Qur'an Surat Al-Furqon Ayat 67. *Al-quran dan Terjemahannya*. Surabaya : Halim Publising, 2013.
- Al-Qur'an Surat Ali Imran Ayat 159. *Al-quran dan Terjemahannya*. Surabaya : Halim Publising, 2013.
- Al-Qur'an Surat An-nisa Ayat 29, *Al-quran dan Terjemahannya*. Surabaya : Halim Publising, 2013.
- Azizi, Ferdian ,Yateno, “Pengaruh Kualitas Produk, Diskon dan Tagline “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro)”, *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, Vol. 1. No. 2, (2021): 276.
- Fandy, Tjiptono. *Service Marketing: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis. 2009.
- Fransiska, Indah dan Putu Nina Madiawati, “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopeedi Bandung”, *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.4*, (2021): 3351
- Ghozali, Imam. *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, akuntansi dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2014.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- <http://syariah.iainkudus.ac.id/index.php?page=detil&id=55352>
- <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/> diakses pada tanggal 14 November 2021 Pukul 10:43 WIB
- <https://kbbi.web.id/> diakses pada Tanggal 22 Januari 2022 pukul 15:42
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta,2005.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta : BEFP Yogyakarta, 2002.

- Khalid bin Abd Allah al-Muslih, *al-Hawafiz al-Tijariyah*, (t.t.p: t.p., t.t.), 9-10.
- Kotler dan Amstrong. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England, Pearson Education Limited, 2016.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Buku 1. Jakarta: salemba empat, 2001.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : AMP YKPN, 2001.
- Majmu' Al-Fatawa, vol. 29.
- Masrukhin. *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*. Kudus: Media Ilmu, 2018.
- Masrukin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibarda Publising dan Media Ilmu Press, 2015.
- Maulana, Hutomo Atman dan Yunelly Asra. "Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan", *Jurnal Inovasi Bisnis* 7 (2019): 163.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2010. ed-1, Cet ke -3.
- Noeraini, Irma Ayu dan Irmameraldi, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Surabaya", *Sugiyono Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 5*, (2016): 3.
- Oka A, Yoeti. *Strategi Pemasaran Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: MediaKom, 2010.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Ekonomi Islam/P3EI. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada. Ed.1.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Anggota IKAPI, 2009.
- Saleh, Muhammad Saleh dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar, CV Sah Media, 2019.
- Seni, Ni Nyoman Anggar dan Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Berinvestasi", *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, No. 12, (2017): 4047-4049.

- Sharen G. Tulanggow, 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) Vol. 9. No. 3*, (2019): 35.
- Shoffi’ul Auli, M. Ridwan Basalamah, dan Restu Millannintyas, “Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee”, *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma*, (2021): 112.
- Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kaulitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kaulitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : CV Andi Offset, 2006.
- Sumantri, Yudha Sumantri, “Pengaruh Tagline Primagama “Terdepan Dalam Berprestasi” Terhadap Minat Belajar Siswa Primagama”, *Jakarta: Joernal, Universitas Prof.Dr.moestopo, Vol.XIII, no.1*(2014): 21.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*. Yogyakarta : CAPS, 2013.
- Supaat, dkk, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*. Kudus Penjamisn Mutu (PPM)IAIN Kudus, 2018.
- Tjjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Ed III. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Veithzal Rivai Zainal, dkk. *Islamic Marketing Management : Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2018.
- Wasli, Abraham. *Pengunjung Market Place Tertinggi Februari 2021 pada Iprice*, diterbitkan pada tanggal 18 Maret 2021, <https://teknologi.id//publik/pengunjung-marketplace-tertinggi-februari-2021-pada-iprice> diakses pada tanggal 5 Desember 2021 pukul 18.47 WIB
- Yasid. “Perilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam”, *EKBISI 7, no. 2* (2013): 194.