

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdina dan Achmad Sanusi. *MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2018.
- Adnan, “Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe.” *Jurnal Visioner & Strategis* 2, no. 2. 2018
- Al Qur’an. *Al Qur’an dan Terjemahannya (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI)* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al Qur’an, 2019).
- Amron. “The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars.” 2018. *European Scientific Journal* 14, no.1, (2018)-6 Januari, 2022- [URL:http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228](http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228).
- Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi bisnis E-Commerce Perspektif Islam Yogyakarta: Magistra Insania Press*, 2004.
- Firdaus. **METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF DILENGKAPI ANALISIS REGRESI IBM SPSS STATISTICS VERSION 26.0, DOTPLUS Publisher:Riau, 2021.**
<https://books.google.co.id/books?id=IJ8hEAAAQBAJ&pg=P A19&dq=Rumus+Slovin&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiSzc OkhcD1AhWUIbcAHTjpDoEQ6wF6BAgLEAU#V=onepage &q=Rumus%20lovin&f=false>
- Harmayani, Durahman Marpaung, Amir Hamzah, Neni Mulyani, Jeperson Hutahaean. *E-COMMERCE: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
https://books.google.co.id/books?id=DLjwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengertian+ecommerce&hl=id&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian%20e-commerce&f=false
- Huda Nurul. “PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASSAR..” *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2020) - 1 Januari, 2022 - <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Iska, Syukri. (*Jurnal Islam E-Commerce dalam Perspektif Fikih Ekonomi*) Volume 9 nomor 2, 2010.
- Iska, Syukri. “E-Commerce dalam Perspektif Fikih Ekonomi” *JURIS* 9, no 2 (2010)-15 Januari, 2022,

<https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/Juris/article/view/911>

- Jane, Diah Nirmala Arum. STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN SPSS. Semarang University Press; Semarang, 2012.
- Kholidah, Nur dan Muhammad Arifiyanto. Faktor-FAKTOR Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal. Penerbit NEM, 2020.
https://books.google.co.id/books?id=IzwWEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Keputusan+pembelian+adalah&hl=id&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Keputusan%20pembelian%20adalah&f=false.
- Kodrat, David Sukardi. MANAJEMEN MEREK DAN STRATEGI E-COMMERCE: Pendekatan Praktis, (Jakarta: KENCANA, 2020),
https://books.google.co.id/books?id=Qx0REAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=E-commee&hl=id&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=E-commee&f=false.
- Kurniawati, Annisa Dwi. “TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF ISLAM”. *Journal of Islamic economic and business* 02, no. 01, (2019)-5 Januari, 2022- [1662-5103-1-PB.pdf](#).
- Nanda, Nurul Nadzfah. The Influence of E-Commerce, Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan. *BIRCI-Journal* 2, no.3 (2019)-10 Januari 2022- [19cc44e965caa6a1f5552e79d48e97aacfea \(1\).pdf](#).
- Ni Made Rai Juniarini dan Ni Made Intan Prihandani. Theory Of Planned Behavior Pada Minat Berwirausaha Dengan Pengetahuan Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi* Vol.9 no.1, (2019).
- Prasetyo, Adhi, Muhammad Ashoer, Jeperson Hutahean, Janner Simarmata Ridha Selfina Samosir, Hafiz Nugraha, Jamaludin, Hamayani, Surya Hendra Putra Irdawati, Deva Putu Yudhi Ardiana, Bonaraja Purba, Sardjana Orba Manullang. Konsep Dasar E-Commerce. Yayasan Kita Menulis, 2021.
<https://books.google.co.id/books?id=xt8hEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Purnomo, Albert Kurniawan. PENGOLAHAN RISET EKONOMI JADI MUDAH DENGAN IBM SPSS. CV. Jakad Publishing : Surabaya, 2019.

<https://books.google.co.id/books?id=TdzYDwAAQBAJ&pg=PA49&dq=uji+normalitas+uji+multikolinearitas&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiJkoi6ibX1AhU9SGwGHVUXCIQQ6wF6BAgDEAU#v=onepage&q=uji%20normalitas%20uji%20multikolinearitas&f=false>

Qomariah, Nurul. PENTINGNYA KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG: Studi Pengaruh *Customer Value*, *Brand Image*, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai. (Jawa Timur : CV. Pustaka Abadi, 2017).

<https://books.google.co.id/books?id=kl0IEAAAQBAJ&pg=PA30&dq=Pengertian+brand+image&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiYy8TKvKL1AhW8TWwGHWfkbT8Q6wF6BAgGEAU#v=onepage&q=Pengertian%20brand%20image&f=false>

Rahmaniyah, Ni'amatur dan Muchammad Saifudin. "PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, FASHION LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BRANDED PRELOVED DI TRIFTSHOP ONLINE INSTAGRAM(Studi Kasus pada Konsumen @rilyshop Di Kota Surabaya)". *Cakrawala Management Business Journal* 4, no 2 (2021)-5 Februari, 2022-
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=fashion+lifestyle+terhadap+keputusan+pembelian&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D-KK6BpUkk-oJ.

Rangkuti, Freddy. *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Stategi Penembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2002),
<https://books.google.co.id/books?id=fppKehBDQEC&printssec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

Romindo, Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M.Iswahyudi, Astri Rumondang Banjamahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, Janner Sinarmata. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, 2019.
<https://books.google.co.id/books?id=PirGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=E-commee&hl=id&sa=X&Ved=2ahUKEwiJjqCn3KP1AhUcTWwGHSpWBGwQ6wF6BAgKEAU#v=onepage&q=E-COMMEE&F=FALSE>

- Saputri, Dinda Juliana, Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung. "PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GERAI ALFATIH". *Jurnal Al-Qasd* 2, no. 2 (2020) - 3 Januari, 2022 - <https://www.e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/AL-QASD/article/download/1054/1491>
- Sarah, Siti, Adryan Rachman, Tri Febrianti. "PENGARUH *FASHION LIFESTYLE, DESIGN, DAN SELEBRITY ENDORSER* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (Studi pada UMKM Cibaduyut, Bandung)". *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN* 18, no.3 (2019)-9 Januari, 2022- <https://jurnal.inaba.ac.id/>.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021. <https://books.google.co.id/books?id=BodAEAAAQBAJ&pg=PA23&dq=indicator+brand+image&hl=id&sa=X&ved=2ahUKewjAsoXJxqL1AhUVSGwGHWwYctoQ6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=Indikator%20brand%20image&f=false>.
- Sudarso, Andriasan, Ardhariska Zukhrufe Kumiullah, Fitri Halim Pratiwi Bernadetta Purba, Idah Kusuma Dewi, Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Bonaraja Purba, Rosintan Sipayung, Acai Sudirman, Sardjana Orba Manullang. *MANAJEMEN MEREK: brand management*. Yayasan kita menulis:, 2020. https://books.google.co.id/books?id=uwMPEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tujuan+merek&hl=id&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=tujuan%20merek&f=false
- Sukanto, Soerjono. *Kamus Sosiologi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2014.
- Thahir, Halil. *IJTIHAD MAQASIDI : Rekonstruksi Hukum Islam Berbasis Interkoneksi Masalah*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara, 2015. https://books.google.co.id/F89iDwAAQBAJ&pg=PA152&dq=Kriteria+busana+muslim+syariat+islam&hl=id&sa=X&ved=2ahUKewjMxqHW39_1AhULwgGHTaSD5MQ6wF6AgKEAU#v=onepage&q=Kriteria%20syariat%20islam&f=false
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Strategi Merek*. CV ANDI OFFSET : Yogyakarta, 2011.
- Wahyuni, Sri. *KINERJA SHARIA CONFORMITY AND PROFITABILITY INDEX DAN FAKTOR DETERMINAN*.

Scorpendo Media Pustaka : Surabaya, 2020.
<https://books.google.co.id/books?id=wHUJEAAAQBAJ&pg=PA79&dq=Koefisien+determinan&hl=id&sa=X&ved=2ahUK EwjBi6mDhLT1AhXNTGwGHe47CqoQ6wF6BAgIEAU#v=onepage&q=Koefisien%20determinan&f=false>

Widyarto, Wahyu Oktri, dkk. STUDI LITERATUR DALAM PENGUKURAN KINERJA SUPPLY CHAIN PADA *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN INDIKATOR-INDIKATOR KINERJA DARI DIMENSI TEKNOLOGI INFORMASI *Jurnal REKAVASI* 8, no.1 (2020)-10 Februari, 2022-
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_vis=1&q=indikator+e-commerce&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DApp98VkVoFEJ

Wijaya, Angga Pandu dan Intan Tri Annisa. “The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions”. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 18, no. 1 (2020)-7 Januari, 2022-[file:///D:/SKRIPSI%20FIKS/3077-Article%20Text-9321-1-10-20200517%20\(1\).pdf](file:///D:/SKRIPSI%20FIKS/3077-Article%20Text-9321-1-10-20200517%20(1).pdf).

Yuliana. “Pengaruh Sikap pada Pindah Kerja, Norma Subjektif, Perceived Behavioral Control pada Intensi Pindah Kerja pada Pekerja Teknologi Informasi.”. (Phronesis: Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan, 2004).