

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Miftah dan Ambok Pangiuk, *Pemberdayaan Ekonomi dan Bisnis Muslim Jambi Perspektif Wirausaha* (Malang: Ahlimedia Press, 2020) : 121
- Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi:Edisi 2*, (Yogyakarta: BPFPE, 2000) : 72.
- Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI* : 225  
<https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat 28, *Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI.Hlm 428*.<https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an surat Al-Muddassir ayat 38, *Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI*, : 995. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29, *Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI*, : 122  
<https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, Surat Al-Hujurat ayat 6, *Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI*. : 846. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, surat Ali Imran ayat 77, *Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI*, : 90  
<https://quran.kemenag.go.id/>
- Al-Qur'an, surat Yusuf ayat 55, *Al-Qur'an dan terjemahannya Tafsir Ringkas Kementerian Agama RI*, : 357  
<https://quran.kemenag.go.id/>
- Amin Kuncoro, Sudarman.,*Metodologi Penelitian Manajemen*, 2018 : 42.
- Anang, Firmansyah, *Pengantar E-Marketing*, (Jawa timur:CV Penerbit Qiara Media, 2020) : 262.
- Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA,2006) : 72.
- Basu Swasta dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:BPFE, 2000) : 15.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung:CV.ALFABETA, 2013) : 104.
- Chairiawaty.Branding Identity: *Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam.Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2, No. 2. 2012

- Derby Juliana Osak dan YusepaldoPasharibu, Pengaruh *Brand Ambassador dan Tagline* terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan mediasi *Brand Awareness*, *E-Jurnal Ekonomi danBisnis Universitas Udayana* 9.4, 2020.
- Didip Diandra, *Strategi Membangun Bisnis Mandiri*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016) :96.
- Dominica A. Widyastuti. Muhammad Rizky Nugroho. “Efektivitas Tagline #DijaminOri Terhadap Brand Awareness E-Commerce JD.ID”.*JEMI* Vol. 1 No. 4.2018.
- Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta:MediaKom, 2010) : 90.
- Duwi Priyatno, *Paham Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta:MediaKom, 2010), 87.
- Dzulqarnain, Iskandar., *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*, 2019 : 18-20
- Eliska, *Pengaruh Rating dan Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Marketplace Shopee*, (Universitas Muhammadiyah Makassar:2019) : 41.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan PraktisDisertai:Himpunan Jurnal Penelitian*.(Yogyakarta:CV Andi Offset, 2013) : 120 – 121.
- Himayati, *Explorasi Zahir Accounting*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008): 34.
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013) : 08.
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program SPSS*,(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 92.
- Imam Ghazali,*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang:Undip, 2018) : 15.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, edisi ke – 3 (Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005) : 45.
- Intan Surun Fauziah, *Perilaku Konsumen Dalam Marketplace*, hlm. 04.

- Jefferly Helianthusonfri, *77 Cara Dahsyat Meledakkan OmzetTokoOnline*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014) : 61.
- Jonathan ,*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*, Yogyakarta:Suluh Media, 2018 : 67.
- Julia ChandraEko. *Pengaruh Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media dan Review Produk pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Remaja di Indonesia)*, 2020: 16
- Kotler , Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Keduabelas*, 2007, Jakarta: PT. Indeks.
- Lidya Agustina, dkk. *Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 15, No. 2, Desember 2018.
- Marief Ibrahim, *PengaruhIklan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee*, 2021, hlm. 6.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu press, 2017) : 130-131.
- Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu press, 2010) : 183-184.
- Masrukhin, *Statistik I Berbasis Komputer Ekonomi Islam*, (Kudus:MEDIA ILMU PRESS, 2015) : 92.
- Masrukhin, *Statistik inferensial Aplikasi Program SPSS*, Kudus:Media Ilmu Press, 2008: 15.
- Muhammad ,*Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta:BPFE, 2005): 162.
- Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004) : 274
- Novi Widya Utami, *Memahami Promo Free OngkirYang Semakin Berkembang*, [www.jurnal.id](http://www.jurnal.id), diakses pada tanggal 15 Oktober 2020, pukul 18.18 wib.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta,1999) : 115.
- Nuradi, dkk.*Kamus Istilah PeriklananIndonesia*, Edisi Pertama, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996) : 56.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller., *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta:Erlangga, 2008) : 184-190.

- Pratiwi Arbaini, dkk. *Pengaruh Customer Online Rating dan Review terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Marketplace TokoPedia*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 7, No. 1, Tahun 2020.
- Putri, Melisa., *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Rumbio Jaya*, 2021: 22.
- Rindang Kurniati Mahisa, dkk., *Analisis Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Telepon Seluler Merek OPPO (studi pada pekerja kantoran dikota mataram)*, JRM VOL.19 No. 2 September 2019 : 88.
- Romindo, Muttaqin, dkk. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. (Ebook: Yayasan Kita Menulis, 2019) : 04.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) : 1.
- Shopee.co.id. Shopee Indonesia dalam [id.wikipedia.org](http://id.wikipedia.org). Diakses pada 29 Oktober 2021 Pukul : 20.55wib.
- Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama. 2008) : 40.
- Siti Roykhanah, *“Pengaruh Tagline Shopee terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya”*, 2018.
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali Press, 2004) : 141.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, ed.1 Cet.3, Bandung: Alfabeta, 2014 : 114.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) : 117.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) : 125.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, cet 3, 2007) : 125.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 179
- Taesar Wahyudi, dkk. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*. JRM Vol.19 No.1 Maret 2019 : 03

- Tomie Celia, *Pengaruh Sales Promotion Shopee Food Terhadap Minat Beli: Survei Pada Followers @Shopeefood\_id di DKI Jakarta*, 2021, hlm. 1-2
- Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012) : 88.
- Usman Effendi. *Psikologi Konsumen*. (Jakarta: Rajawali Press, 2016) : 248.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKA BARUPRESS, 2015) : 71.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hlm. 158.
- Wulan, *Pengaruh Flash Sale dan Tgline "Gratis Ongkir" Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2020) : 42.
- Yofina Mulyatidan Grace Gesitera, *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapakdi Kota Padang*, *Jurnal Maksipreneur*, Vol. 9, No. 2, Juni 2020.
- Yosephus Galih, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*, 2019, hlm. 3-4
- Zakky Fahma Auliya, dkk. *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: New Era in Indonesia Online Marketing*. *Jurnal EBBANK* Vol. 8, No.1, Juni 2017.