

## DAFTAR PUSTAKA

- A. A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*. (Surabaya : PT Bina Ilmu, 1997), 107.
- A. Karim Adiwarmman, *Ekonomi Makro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 35).
- A. Karim Adiwarmman, *Ekonomi mikro islam*, (Jakarta: raja grafindo persda, 2004) 102.
- Ali Hasan, *Manajemen Pemasaran dan Marketing*, (Bandung: CV Alfabeta, 2008), 138.
- Amir M. Taufuiq, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), 66
- Arbaini, Pratiwi, Zakariah Wahab, and Marlinah Widiyanti, ‘Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia’, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7.1 (2020), 25–33  
<https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Ardianti Ayu dan Ardianti Yessy , “Peran Online Customer Review, City Image dan Perceived Price terhadap Purchase Intention pada Wisata Kuliner Surabaya”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 9, No. 1, 91.
- Ardianti, Asri, Nugrahani dan Widiartanto, “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 8, No 2, 2.
- Azwar,Saifudin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997),8.
- B. Lena Nuryanti, Anisa Yunia Rahma,”Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Kotak Ultrajaya”, *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*,Vol. 7 No. 14, 2008.
- Basu Swastha D dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2010), 102.
- Cahya, Mutia Fadlilah, Purnomo Wulan Ida Aryati Diah, and Damayanti Ratna, ‘Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani’, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.1 (2019), 88–101.
- Departemen Agama. *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: Gema Risalah Pers, 1989),83.
- Faradisa Isti dkk, “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesia Coffeshop Semarang (INCOS CAFÉ)”, *Jurnal Of Management*, Vol. 2, No. 2, 2016

- Faradisa Isti, Budi Leonardo, Minarsih Maria M, “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeshop Semarang (ICOS CAFÉ)”, *Jurnal Of Management*, Vol.2, No. 2, 5
- Faradisa, Budi Isti, Leonardo, and Minarsih Maria M, ‘Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeshop Semarang (ICOS CAFÉ)’, *Journal of Management*, 2.2 (2016), 1–13.
- Farida, Nur, and Saidah Shokhibatus, ‘Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood Di Supermarket Sarikat Jaya Gresik’, *Gema Ekonomi: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 6.2 (2017), 156–68.
- Febriana Mitha dan Yulianto Edy, “Pengaruh Online Consumer Review oleh Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*”, Vol 58, No 1, 4
- Febriana Mitha dan Yulianto Edy, “Pengaruh Online Customer Review oleh Beauty Vloger terhadap Keputusan Pembelian (survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang membeli dan menggunakan Purbasari Matte Lipstick)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.61 No. 1, 4.
- Firawati Eka dan Samsuri Andrianai, “Pengaruh Store Image, Online Customer Review dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening”, *Buletin Bisnis & Manajemen*, Vol. 6, No. 2,(2020).
- G, Cucu Andita Widya, and Sulis Riptiono, ‘Pengaruh Online Consumer Review dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kecamatan Kebumen)’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1.1 (2019), 76–84  
<<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jimmba.v1i1.392>>.
- Ghazali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang : BP Universitas Diponegoro, 2011).
- Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*,(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 13.
- Indrasari Meithiana , *Pemasarandan Kepuasan Pelanggan*,( Surabaya, Unitomo Pres,2019), 40
- Indrasari Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, ( Surabaya: IKAPI, 2019), 31

- James F, Angel dan Roger D. Blacweel, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995), Edisi 6, 258.
- Kanitra Althaf Revi dan Kusumawati Andriani, “ Pengaruh Country Of Origin dan Online Customer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa SI Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 61 No. 1, 67-68.
- Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2018, Edisi 8 Jilid 1), 197.
- Kridaningsih, Anna, ‘Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto’, *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7.2 (2020), 1–10  
<<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/108/121>>.
- Kumala Firza Oktavia Nurul, Anwar Moch Khoerul,”pengaruh harga kan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perumahan PT. hasanah mulia investama”, *jurnal ekonomika dan bisnis islam*, Vol.3, No. 2, 2020.
- Lembaran Negara, *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang hukum bermuamalah melalui media sosial*, 8.
- Lubis Akrim Ashal,”Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara barisan Hijau Haraian Orbit Medan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16, No. 2, (2015).
- Lubis, Ashal Akram, ‘Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan’, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16.02 (2015), 1–11
- Melati, Riska Sari, and Renny Dwijayanti, ‘Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)’, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.2 (2020), 882–88 <<https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>>.
- Musfar, Tengku Firli, *Majemen Pemasaran*,(Bandung,cv.Median Sains Indonesia, 2020), 79
- Muslich Ahmad Wardi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Prsada, 35.
- Musrikin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Pusblishing), 106-110
- Nasution, Siti Lam’ah, Christine Herawati Limbong, and Denny Ammari

- Ramadhan, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)’, *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7.1 (2020), 43–53 <<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>>.
- Priyatno Duwi , *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta : Andi Offset), 187.
- rahma Indra Nur, Utama Dian Herdiana, “Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian”, *Jurnal Of Bisnis Management and Enterpreneurship Education*, Vol. 1, No.1, 2016.
- Rahmawati Penny, “ Pengaruh variasi produk, dan costomer experience terhadap keputusan pembelian ulang roti bakar brendtalk Yogyakarta”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 12, No. 1, 90.
- Rahmawaty, Penny, ‘Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta’, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12.1 (2015), 89–98 <<https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>>
- Rangkuti Freddy, *The Power Of Brands: Strategi Promosi yang Kreatif* ( Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 2.
- Riofita Hendra, *Sistem Ekonomi Islam*. (Pekanbaru: PT Suntra Benta Prakasa:2013
- Samarwan, Ujang ,*Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2* (Bogor Ghalia Indonesia,2011), 357.
- Senggetang, Vania, Silvya L. Mandey, and Silcyljeova Moniharapon, ‘Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado’, *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7.1 (2019), 881–90.
- Shopee Careers’ <[www.careers.shopee.co.id](http://www.careers.shopee.co.id)>.
- Simamora Hendri, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), jilid 1
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* ( Bandung: ALFABRTA, 2013),12
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 86
- Supriadi, *konsep harga dalam ekonomi islam*, guepedia publisher, 2018, 32
- Suwartini, sumiyati, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*, (Jakarta, PT. Gramedia Widiasarana,2019), 71
- Tjiptono Fandi, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), Edisi 13, 97.

- Wahyudi,Taesar dkk, “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Reting terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop”, *Fakultas Ekonimi dan Bisnis Unram*, Vol. 19, No. 1, (2019)
- Wahyuningsih, Dwi Warni, ‘Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max Di Wonogiri’, *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3.02 (2019), 407–14  
<<https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.627>>.
- Wibowo,Sukarno, Dedi Supriadi, *Ekonimi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka setia, 2013, 221.
- Wijaya,Tony, *Metode Penelitian Ekonimi dan Bisnis*,( Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 127-128
- William J. stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1*, terj. Yohanes Lamarto( Jakarta: Erlangga, 1989), 310.

