

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lidya., Alifia Oktrina Fayardi, dan Irwansyah. “Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-Commerce”. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 5 No. 2 (2018): 141-154.
- Agustina, Lidya dan Firman Kurniawan. “Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-Commerce”. *Jurnal Komunikasi Indonesia* Vol. 7, No. 1 (2018): 28-43.
- Alwafi, Fachrizi dan Rizal Hari Magnadi. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com”. *Diponegoro Journal of Management* Vol. 5 No. 2 (2016): 1-15.
- Al-Asqalani, Ibnu Hajar. *Bulughul Maram dan Dalil-dalil Hukum*. Terj. Khalifaturrahman dan Haer Haeruddin. Jakarta: Gema Insani, 2013.
- Al-Quran Terjemah dan Tajwid*. Terj. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran Kementerian Agama Republik Indonesia. Bandung: Sygma, 2014.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung dan Sumarno Dwi Saputra. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 15, No. 2 (2015): 203-210.
- Astiarini, Devi. “Helpfulness of Online Review: a Role of Review Valence (Case Study of Amazon.com)”. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen* Vol. 1, No. 1 (2017): 1-8.
- Auliya, Zakky Fahma., Moh Rifqi Khairul Umam, dan Septi Kurnia Prastiwi. “Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia”. *Jurnal Ebbank* Vol. 8, No.1 (2017): 89-98.
- Ayuningtiyas, Kartika dan Hendra Gunawan. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam”. *Journal of Applied Business Administration* Vol. 2, No. 1 (2018): 152-165.
- Edris, Mochamad dan Panca Winahayuningsih, *Pengantar Bisnis*. Kudus: Universitas Muria Kudus, 2015.

- Fandiyanto, Randika., Raden Andi Sularso, dan Bambang Irawan. "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Ketanggapan, Harga, dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Danbo Secara Online". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth* Vol. 15, No.1 (2017).
- Farki, Ahmad., Imam Baihaqi, dan Berto Mulia Wibawa. "Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Market Place di Indonesia". *Jurnal Teknik ITS* Vol. 5, No. 2 (2016): 614-619.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.
- Halim, Monica Purnamasari. "Kajian Indikator Kepercayaan Konsumen Akan Online Review pada Proses Keputusan Booking Hotel Secara Online". *Jurnal Akademika* Vol. 13, No. 1 (2015): 21-27.
- Hidayati, Nur Laili. "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* Vol. 6, No. 3, (2018): 77-84.
- H, Kharisma Rizki H., Endang Siti Astuti, dan Heru Susilo. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Secara Online (Survey pada Konsumen www.ardiansmx.com)". *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 28, No. 1 (2015): 56-63.
- Idris Parakkasi dan Kamiruddin, "Analisis Harga dan Mekanisme Pasar dalam Perspektif Islam", *Laa Maysir* Vol. 5, No. 1 (2018): 107-120.
- Irawan., Faried Wijaya, dan M.N. Sudjoni. *Pemasaran: Prinsip dan Kasus Edisi 2*. Yogyakarta: BPF, 2001.
- Istanti, Fredianaika. "Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya". *Jurnal Bisnis dan Teknologi Politeknik NSC Surabaya* Vol. 4, No. 1 (2017): 14-22.
- Kanitra, Althaf Revi dan Andriani Kusumawati. "Pengaruh Country of Origin dan Online Customer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphone)". *Jurnal Admisnistrasi Bisnis* Vol. 61, No. 1 (2018): 64-73.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Terjemah oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Terjemah oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Terjemah oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.

- Lestari, Niken Ayu dan Sri Setyo Iriani. "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Mataharimall.com". *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 6, No. 1 (2018): 1-8.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu, 2016.
- McLeod, Raymond dan George P. Schell. *Sisitem Informasi Manajemen Edisi 9*. Terjemah oleh Heri Yulianto. Jakarta: Indeks, 2007.
- Nuryadin, Muhammad Birusman. "Harga dalam Perpektif Islam", *Jurnal Mazahib* Vol. 4, No. 1 (2007):86-99.
- Pudjihardjo, Maria Carolina dan Helen Wijaya. "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Tampilan Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial di Shapeharve)". *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol. 3, No.2 (2015): 364-379.
- Santoso, Sugeng. "Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam". *Jurnal Ahkam* Vol. 4, No. 2 (2016): 217-246.
- Sastika, Widya. "Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Kota Bandung 2017". *Ikraith-Humaniora* Vol. 2, No. 2 (2018): 69-74.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Sitompul, Silvia Sari dan Mastono. "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia". *Jurnal Procuratio* Vol. 5, No. 1 (2017): 81-95.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Terjemah oleh Yohanes Lamarto Jakarta: Erlangga, 1989.
- Sudjatmika, Fransiska Vania. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com". *Agora* Vol. 5, No. 1 (2017).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi 2*. Bogor:Ghalia Indonesia, 2011.

- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri dan Dyah Ayu Widiastuti. “Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Barang Fashion di Facebook)”. *Jurnal Kajian Bisnis* Vol. 23, No. 2 (2015): 112-120.
- Wulandari, Friska Muthi. “Jual Beli *Online* yang Aman dan Syar’i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga)”. *Jurnal Az-Zarqa* Vol. 7, No. 2, (2015): 201-220.
- “Survei Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017”. APJII. - 5 Desember, 2018.  
<https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>.
- “Peta E-Commerce Indonesia”. i-price insight. - 16 April, 2019.  
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

