

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, sriyanto, and Aris Wahyu Kuncoro. "Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018." *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 8, no. 1 (n.d.): 2019.
- Agustina, Lidya, Alifia Oktrina Fayardi, and Irwansyah Irwansyah. "Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 15, no. 2 (November 30, 2018): 141. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1320>.
- Al-Khadimi, Nuruddun Al-Mukhtar. *Al-Munasabah Al-Syari'iyah Wa Tatbiqaha Al Mu'asirah*. Beirut: Dar Ibn Hazm, 2006.
- Anwar, Rosian, and Wijaya Adidarma. "PENGARUH KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA MINAT BELI BELANJA ONLINE." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016): 14.
- Ardianti, Asri Nugrahani. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019): 11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656>.
- Auliya, Zakky Fahma. "Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia." *Jurnal EBBANK* 8, no. 1 (2017): 89–98.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Busyro. *Maqashid Al-Syariah Pengetahuan Mendasar Memahami Masalahah*. Jakarta: Kencana, 2009.

- Danthya, Eka Puspasari, and I Nyoman Nurcaya. "PENGARUH KUALITAS WEBSITE E-COMMERCE TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PERSEPSI RISIKO KONSUMEN (Studi Pada Konsumen E-Commerce di Kabupaten Badung)," 2017, 12.
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Farki, Ahmad, and Imam Baihaqi. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia." *Jurnal Teknik ITS* 5, no. 2 (November 1, 2016): A614–19. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>.
- fauzia, ika yunia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Filieri, Raffaele. "What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM." *Journal of Business Research* 68, no. 6 (June 2015): 1261–70. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Gregg, Dawn G., and Steven Walczak. "The Relationship between Website Quality, Trust and Price Premiums at Online Auctions." *Electronic Commerce Research* 10, no. 1 (March 2010): 1–25. <https://doi.org/10.1007/s10660-010-9044-2>.
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hasugian, Penda Sudarto. "PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI." *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* 3, no. 1 (2018): 5.

- Hidayah, Asmi Ayuning. "KUALITAS WEBSITE, MEREK WEBSITE, REPUTASI, RASA PERCAYA, DAN RISIKO YANG DIRASAKAN YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK FASHION ONLINE SHOP." *Jurnal Ekonomi Manajemen* 5, no. 1 (2019): 8.
- I Putu-Artaya, and Tubagus Purworusmiardi. "EFEKTIFITAS MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN KONSENTRASI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK BAGI UMKM DI JAWA TIMUR." *Jurnal Penelitian Administrasi Publik* 3, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>.
- Ichsan, Masyita. "PENGARUH CONSUMER ONLINE RATING AND REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI WILAYAH DKI JAKARTA." *e-Proceeding of Management* 5, no. 2 (2018): 8. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6875>.
- Jaja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- jamaludin. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat (Purchase Intention) Atas Produk PT. Pembangunan Jaya Ancol (Studi Kasus Website PT. Pembangunan Jaya Ancol (Www.Ancol.Com))." *FE UI* 4, no. 2 (2013). <https://doi.org/10.14710/jsmo.v4i2.4246>.
- Jogiyanto. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 2016.
- Khairani, Makmun. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Kinanti, Firsty, and Zaki Baridwan. "ANALISIS DETERMINAN SISTEM INFORMASI E-TICKETING : PENDEKATAN EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 1, no. 1 (n.d.): 21.

- komara, Siti Daimah. "ANALISIS TRANSAKSI JUAL BELI PADA MARKETPLACE SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH." *Syntax Idea* 1, no. 3 (2019). <https://doi.org/https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/28>.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2004.
- Kurniawan Nugroho, Anif, and Puspita Kencana Sari. "Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0." *E-Proceeding of Management* 3, no. 3 (2016).
- Listyoningrum, Anggit. "ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN MUSLIM TERHADAP PRODUK YANG TIDAK DIPERPANJANG SERTIFIKAT HALALNYA." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2, no. 1 (2012): 12.
- Mahyarni, Mahyarni. "THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)." *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (December 23, 2013): 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Meidita, Yusrini. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee)." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 2, no. 11 (2018): 9.
- Muhammad 'Abd al-'Aṭi Muhammad Ali. *Al-Maqāṣid Asy-Syarī'ah Wa Aṣaruhā Fī al-Fiqh Allislāmi*. Kairo: Dār al-Ḥadīṣ, 2007.
- Muktafin, Elik Hari, Kusri Kusri, and Emha Taufiq Luthfi. "Analisis Sentimen pada Ulasan Pembelian Produk di Marketplace Shopee Menggunakan Pendekatan Natural Language Processing." *Jurnal Eksplora Informatika* 10, no. 1 (September 30, 2020): 32–42. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v10i1.390>.

- Mulyati, Yofina, and Grace Gesitera. "Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 9, no. 2 (March 11, 2020): 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>.
- Novitasari, Novitasari, and Mia Andika Sari. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ONLINE DI MARKETPLACE." *Ekonomi & Bisnis* 18, no. 2 (January 19, 2020): 97–108. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2490>.
- Nurhaini Munte, Risma. "PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW DAN RATING TERHADAP KEPERCAYAAN DAN MINAT MARKETPLACE SHOPEE." *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT* 8, no. 3 (2020). <https://doi.org/10.37081/ed.v8i3.1910>.
- Nurhayati. "Belanja 'Online' Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Aceh." *Aceh Anthropological Journal* 1, no. 2 (2017).
- Oktarini, Made Ayu Swari, and I Made Wardana. "Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1, no. 2 (March 1, 2018): 227–37. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.32>.
- "Pengguna Internet Tertinggi." Accessed September 19, 2020. [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id).
- Permana, Ade Indra. "PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI SITUS BELANJA ONLINE BUKALAPAK." *EKONOMI BISNIS* 25, no. 2 (January 31, 2020): 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>.

- Piarna, Rian. "Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas Website terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi pada E-commerce (Studi pada Pelanggan E-commerce di Indonesia)." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 12, no. 66 (2014): 12.
- Pradana, Mahir, and Syafira Nanditha Danisa. "Pengaruh Kualitas Website Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Flashy Shop." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 3, no. 2 (February 1, 2016): 250–60. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v3i2.83>.
- Pradana, Putu Rico, and Gede Bayu Rahanatha. "PERAN PERCEIVED USEFULNESS DALAM MEMEDIASI PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI KOTA DENPASAR." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, no. 10 (October 3, 2019): 6119. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i10.p13>.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing, 2016.
- purkon, arip. *Bisnis Online Syariah*. jakarta: kompas gramedia, 2014.
- Purwanto. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi Dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka, 2012.
- Ramadhani, Putu Ayu. "PENGARUH KUALITAS WEBSITE DALAM LAYANAN E-KIOS TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KELURAHAN NGINDEN JANGKUNGAN SURABAYA," n.d., 15.
- "Riset KIC: Produk Busana Paling Diburu Konsumen E-Commerce." Website resmi PT. Katadata Indonesia.

Accessed September 19, 2020.  
<https://databoks.katadata.co.id/>.

- Rosdiana, Eva, Hadi Suharno, and Umi Kulsum. "PENGARUH HARGA, KEANEKARAGAMAN PRODUK, DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE SHOPEE." *EKONOMI BISNIS* 24, no. 2 (March 6, 2020): 13–23. <https://doi.org/10.33592/jeb.v24i2.520>.
- Ruslang. "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6, no. 3 (2020). <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.
- Rusmawan, Uus. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PRODUK DIGITAL SECARA ONLINE." *BINA INSANI ICT JOURNAL* 1, no. 1 (2018): 32. <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/774>.
- Sahroni, Oni. *Maqashid Bisnis Dan Keuangan Islam : Sintesis Fikih Dan Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Sarwat, Ahmad. *Maqashid Syariah*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2019.
- Sastika, Widya. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE (WEBQUAL 4.0) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WEBSITE E-COMMERCE TRAVELOKA." *Sentika* 62, no. 1 (2018): 9.
- Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. "THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERINVESTASI." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no. 12 (December 24, 2017): 4043. <https://doi.org/10.24843/EEB.2017.v06.i12.p01>.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty. "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI

TOKO ONLINE.” *Management Analysis Journal* 5, no. 4 (2017): 11. <http://maj.unnes.ac.id>.

“Shopee E-Commerce Paling Banyak Pengunjung Kuartal I 2020.” Website Resmi Pt. Katadata Indonesia. Accessed September 19, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/>.

“Shopee Jadi E-Commerce Paling Top Dari Masa Ke Masa 2020.” PT Kadata Indonesia. Accessed September 19, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/>.

Siagian, Hotlan, and Edwin Cahyono. “ANALISIS WEBSITE QUALITY, TRUST DAN LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOP.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8, no. 2 (September 1, 2014): 55–61. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2004.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sujarweni, V Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.

Tamba, Darwis. “APLIKASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI PERILAKU MAHASISWA MEMBELI LAPTOP LENOVO (STUDI KASUS: MAHASISWA FE- UNIKA SANTO THOMAS SU).” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 2 (2017).

Tsang, Alex S.L., and Gerard Prendergast. “Is a ‘Star’ Worth a Thousand Words?: The Interplay between Product-review Texts and Rating Valences.” *European Journal of Marketing* 43, no. 11/12 (November 13, 2009): 1269–80. <https://doi.org/10.1108/03090560910989876>.

- Wahyudi, Taesar. "PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN REMAJA KOTA MATARAM PADA PEMBELIAN PRODUK FASHION SHOPEE ONLINE SHOP." *Jurnal Riset Manajemen* 19, no. 1 (August 10, 2019): 1. <https://doi.org/10.29303/jrm.v19i1.33>.
- Wibawa, Rezki Tegar, and Sri Hartoyo. "Purchase Intention of an Apartment: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB)." *Jurnal Internasional Sanins Dan Penelitian (IJSR)* 6, no. 10 (2015): 5.
- Yustiani, Rini. "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi." *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (Komputa)* 6, no. 2 (2017).

