

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Adhawiyah, Nailil dan Tri Yuniati. "Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Shopee." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7, No.6 (2018): 5.
- Almizan. "Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis." *Jurnal FEBI* 1, No. 1 (2016): 2.
- Al-Qur'an. QS. Al-baqarah Ayat 168-169, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bogor: Departemen Agama RI, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2007, 83.
- Al-Qur'an, QS. Al-Hadid Ayat 4, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bogor: Departemen Agama RI, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2007. 537.
- Al-Qur'an, QS. An-Nisa Ayat 29, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bogor: Departemen Agama RI, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2007. 83.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran Konsep, Dasar, Dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Aurora, Priorita Damalies. "Tinjauan Yuridis Hubungan Hukum para Pihak dalam Transaksi Digital Sistem Marketplace." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021
- Ayuningtyas, Kartika dan Hendra Gunawan. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Mahasiswa Politeknik Negeri Batam." *Journal Of Applied Business Administration* 2, No. 1 (2018): 163.
- Berry, Leonal L. "Servqual: A Multiple- Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality." *Journal Of Retailing* 64. No. 1 (1988): 2.
- Bungis, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Elondri. "Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kepuasan Transaksi Online Shopping terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey pada Konsumen Shopee.Co. Id.)." *E Jurnal Apresiasi Ekonomi* 5, No. 3 (2017): 157.

- Febriana, Fitria. "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Lazizaa Chicken and Pizza di Jambangan Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Negara* 8, No. 1 (2020): 748.
- Fitria, Ummi. "Pengaruh *Marketing Online* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Baju Koko Nizar di Bangil (Studi pada Kasus Keputusan Pembelian Baju Koko Nizar di Bangil)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 6, No.4 (2017): 68.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011.
- Gupron. "Analisis Kepuasan Konsumen melalui *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak (Studi pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi)." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Social* 1, No. 1 (2020): 338.
- Habibullah, Eka Sakti. "Etika Konsumsi Dalam Islam." *Jurnal Etika dalam Islam* 1, No. 1 (2017): 90.
- Harmayani. *E-Commerce suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Hartono, Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE
- Hediana, Runto dan Ahmad Dasuki Aly. "Transaksi Jual Beli Online Perpektif Ekonomi Islam." *Jurnal fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, (2013): 47.
- Herlina, Lydia dan I Gede Agus. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat secara *Online* di Situs *Traveloka.Com* pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali." *jurnal manajemen* 13, No. 1, (2018): 72.
- Hidaya, Ahmad Dwi Sakti dan Dewi Shinta. "Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan," *Jurnal Studi Manajemen* 1, No. 1 (2019): 1.
- Intan, Lenggang Kurnia. "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee.*" Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019.

- Ismail, Muhammad. *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2013.
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018.
- Kaharu, Debora. "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, No. 3 (2016): 23.
- Komara, Anton Tirta. "Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality terhadap E-Satisfaction serta Implikasinya pada E-Loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia." *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Entrepreneurship* 7, No. 2 (2013): 109.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT. Indeks, 2004.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001.
- Kurniawan, Yohannes dan Wibowo Kosasih. *Relation Commitment pada E- Marketplace*. Surabaya: Artha Karya Pusaka, 2020.
- Kusnanto, Danang. "Pengaruh *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian di *Online Shop* Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang)." *Jurnal Ekonomi Bisnis* 5, No. 1 (2020): 41.
- Laksana, Muhammad Fajar. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Khalifah Mediatama, 2019.
- Lestari, Niken Ayu. "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Situs Mataharimall.Com." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6, No. 1 (2018): 1.
- Lutfi, Mohammad. "Konsumsi dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam." *Jurnal Madani Syari'ah* 2, (2019): 71.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Program Studi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), 49.

- Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Marsam. *Pengaruh Gaya Kepimpinan, Kompetensi dan Komitmen terhadap Kinerja Pegawai pada UPT Di Lingkungan Yapris Cabang Kabupaten Biak Numfor*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus, 2009.
- McKnight. "Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology," *Information Systems Research* 13, No. 3 (2002): 334–359.
- Mongi, Lidya, L Mananeke, dan Agusta Repi. "Kualitas Produk, Strategi Promosi, dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado." *Jurnal Emba* 1, No. 14 (2013): 2346.
- Mubasyiroh, Iffatin. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada CV. Fastprint Indonesia, Jl. Manyar Kertoarjo VII no.36 Surabaya)." *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis* 4, No. 1 (2018): 9.
- Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Musfar, Tengku Firlil. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Muslihah, Fasihatul. "Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* dalam Pandangan Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014-2016" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Muttaqin, Azhar. "Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam." *Jurnal Fakultas Agama Islam UMM* 6, No. 4 (2010): 460.
- Nangoy, Selvie, Silvya L Mandey dan Lotje Kawet. "Pengaruh Promosi, Harga, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Matahari Departemen Store Manado Town Square." *Jurnal Ilmiah Society* 1, No. 24 (2016): 7.
- Nasehudin, Toto Syatori dan Nanang Gozali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

- Nasution, Herlina dan Choirul Maksum. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Customer serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Maskapai PT. Lion Air Jakarta.)" *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen* 3, No. 2 (2018): 189.
- Nurchahyo, Rianto. " Pengaruh *Trust, Price, dan Service Quality* Terhadap *Intention To Purchase* Pelanggan Bhinneka. Com." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 2, No. 3 (2017): 393.
- Nurlina. "Pengaruh *E-Service Quality* dan Kepercayaan *Online* terhadap Minat Pembelian Toko *Online* di Tokopedia." *Jurnal Lentera Bisnis* 6, No. 2 (2017): 85.
- Parasuraman. "E-S-Qual: A Multiple-Item Scale For Assessing Elektronik Service Quality." *Journal Of Service Research* 7, No. 3 (2005): 217.
- Parasuraman. "Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review Of Extant Knowledge." *Journal Of the Academy Of Marketing Science* 30, No. 4 (2002): 362.
- Peraturan Menteri Keuangan (PMK) RI, "210/PMK.010/2018, tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Elektronik (E-Commerce) Pasal 1 Ayat 4," 01 April 2019.
- Prasetyo, Hanif Danang, dan Dina Lestari P. "Pengaruh *E-Service Quality dan E- Security Seals* terhadap *E- Satisfaction* melalui Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 5, No. 2 ( 2016): 2.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Jakarta: Buku Seru, 2010.
- Puspita, Meri. "Sejarah Shopee, Model Bisnis, dan Visi Misi," *Pojok sosmed. Com*, 28 Januari, 2021.  
<https://www.google.com/amp/s/pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/amp/>.
- Rahmalia, Puti dan Syafruddin Chan. "Pengaruh *Service Quality* dan *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* yang Dimediasi oleh *Perceived Value* pada Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh." *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 10, No. 1 (2019): 68.

- Rangkuti, Freddy. *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rerung, Rintho Rante. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rohmah, Miftahur. "Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Jual Beli Online Elevenia." *Jom Fisip* 5 (2018): 2.
- Romindo. *E-Commerce Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Sandora, Meri. "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, No. 3 (2020): 295.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*. (Yogyakarta: Suluh Media, 2018), 74.
- Setiaman, Deni. "Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan *Word Of Mounth* terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee.co.id." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8, No. 3 (2019): 3.
- Shopee Perusahaan Perdagangan Elektronik Singapura," Wikipedia, 28 Januari, 2021. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>.
- Setyarko, Yugi. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online." *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 5, No. 2 (2016): 142.
- Setyowati, Dino dan Sri Suryoko. "Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian melalui *E-Trust* sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, No. 1 (2020): 4.
- Sudarsono, Heri. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV . Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.

- Sujarweni, V. Wiratma. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sujarweni, V. Wiratma. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.
- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Tamara, Anton Tirta. "Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Recovery Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* serta Implikasinya pada *E-Loyalty* Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia." *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Entrepreneurship* 7, No. 2 (2013): 109.
- Ulum, Faruk dan Rinaldi Muchtar, "Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction Website* Start-Up Kaoskay." *Jurnal Tekno Kompak* 12, No. 2 (2018): 69.
- Untari, Dhian Tyas. *Manajemen Pemasaran Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*. Banyumas: CV. Pena Persada Redaksi, 2019.
- Werang, Basilius Redan. *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Yulianingsih, Ayu dan Farah Oktavani. "Pengaruh Brand Image dan *E-Service Quality* terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Tiket.Com." *JIMEA* 4, No. 2 (2020): 9.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yusuf, Muhammad dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press, 2019.
- Zulfa, Latifah dan Retno Hidayati. "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang." *Diponegoro Journal Of Management* 7, No. 3 (2018): 10.