

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. N. (2020). Pengaruh Pemahaman Agama dan Sosialisasi Program Terhadap Minat Berwakaf Uang. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 5, No. (2), p. 1–18.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1, p. 660–669.
- Anang Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen: (Sikap dan Pemasaran)* Sleman: Deepublish Publisher.
- Aryani, L. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online di Online Shop Lazada. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Veteran Jakarta*, Vol. 3, No. 1, p. 39–52.
- Asnawi, N., dan Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, & Isu-isu Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press.
- Chase, R., Jacobs, F. R., and Aquilano, N. J. (2014). *Operation and Supply Chain Management*. New York: McGraw Hill.
- Fahriana, C., Sunaryo, H., dan ABS, M. K. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 11, No. 22, p. 83–91.
- Fandi, M., Arifin, R., dan Hufron, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam E-Marketing di Bukalapak.com. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol. 8, No. 6, p. 85–104.
- Ghozali, I. (2009). *Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS* edisi III. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin, D., dan Tanjung, H. (2003). *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, Cetakan 1, Jakarta: Gema Insani.
- Halim, A. (2017). *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*. Jakarta: Nusa Media.

- Hendra, D. (2018). *Jalan Panjang Tokopedia Menjadi Unicorn di Indonesia*. <https://swa.co.id/swa/profile/jalan-panjang-tokopedia-menjadi-unicorn-indonesia> (diunduh pada 10 November, 2022).
- Hendrawan, D., Rachma, N., dan Asiyah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan dan Harga Terhadap Kepuasan Pada Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 9, No. 5, p. 1–15.
- Haque, M. G., Salim, F., Rachbini, W., dan Rahmawati, E. (2019). Analisis Niat Pembelian Ulang E-Commerce Mobile dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 5, No. 3, p. 530-530.
- Husein, U. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Irawan, I. A., dan Kamil, I. (2022). Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Ditinjau Dari Pengaruh Faktor Promosi Penjualan, Brand Image, Harga. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, Vol 2, No. 2, p. 9–18.
- iPrice. (2022). *Daftar E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Kuartal 1/2022*. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022> (diunduh pada 02 November, 2022).
- Juliandi, A., dan Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 01, No. 03, p. 1251-1259.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (Fifteenth Edition). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Ladhari, R. (2010). Developing e-service quality scales: A literature review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 17, No. 6, p. 464–477.
- Lelani, A., Welsa, H., dan Cahyani, P. D. (2019). Pengaruh Orientasi Belanja dan Kualitas Web Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Communications Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 2, No. 2, p. 63–71.

- Muhani, dan Sabillah, H. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word of Mouth, Kualitas Website, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 4, No. 3, p. 1114–1127.
- Mujahidin, A. (2014). *Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan, dan Kontribusi* (Ekonomi Islam 2). Pekanbaru: Al Mujtahadah Press.
- Nurmanah, I., dan Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 5, No. 1, p. 11.
- Paradasa, F. K., dan Puspita, P. (2022). The Influence Of Islamic Branding, Religion, and Product Diversity on Consumer Purchase Decisions (Study at 212 Condet Mart, East Jakarta). *Paradigma Journal of Science, Religion, and Culture Studies*, Vol. 19, No. 2, p. 10–24.
- Pasa, E. G., Wulandari, J., dan Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust, E-WOM, dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, Vol. 3, No. 2, p. 64–75.
- Putri, Z. A., dan Sardiana, A. (2022). Impact of Halal Label, Brand Images, Prices, and Halal Lifestyle on Wardah Cosmetic Purchase Decision among Women in Jakarta. *Journal of Halal Studies*, Vol. 3, No. 1, p. 27-38.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Journal Management*, Vol. 20, No. 1, p. 40–50.
- Saputra, I. A. G., Soewarno, N., dan Isnalita, N. I. D. N.. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada Kegiatan Bisnis Berbasis E-Commerce. *Journal of Research and Application: Accounting and Management*, Vol. 4, No. 1, p. 32-51.
- Setiawan, R., dan Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” di Kota Tangerang. *Journal Business Management, Economic, add Accounting National Seminar*. Vol. 2, p. 1070–1079.
- SimilarWeb. (2022). *Pengunjung Situs E-Commerce per Agustus 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022> (diunduh pada 02 November, 2022).

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-19). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix methods)* (Cetakan 10). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cet 1). Jakarta: Buku Seru.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction* (Edisi ke-4). Yogyakarta: ANDI.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., and Turban, D. C. (2012). *Springer Texts in Business and Economics Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective Eighth Edition*. New York: Springer International Publishing.
- Venessa, I., dan Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51, No. 1, p. 44–48.
- Wearesocial. (2022). *Data (Tren) Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> (diunduh pada 03 November, 2022).
- Yanti, M. D., Astuti, M., dan Hadi, P. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Tokopedia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 6, No. 9, p. 1-11.
- Zainal, V. R., Hadad, M. D., dan Ramly, M. (2017). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Edisi 4 Cetakan 12). Jakarta: Rajawali Pers.
- Zeithaml, V. A., Alan, W., Bitner, M. J., and Gremler, D. D. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm* (3rd European Edition). New York: McGraw Hill.
- Zulfison. (2019). Religiosity and Literacy of Islamic Banks; Analysis Islamic Banks Customers. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Ekonomika*, Vol. 12, No. 1, p. 2089–4309.