

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bantani, Tubagus Najib, *Al-qur'an Mushaf Al-Banntani*, Cetakan ke 3, Serang: Majelis Ulama Indonesia Provinsi Banten, 2012.
- Anshori, Muslich dan Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya: UNAIR (AUP), 2009.
- Ayuningtiyas, Kartika dan Hendra Gunawan, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Alikasi Buka Lapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*, *Journal of Applied Business Administration* Vol 2, No 1, Maret 2018.
- Bisnis.com “Perlindungan Konsumen Dagang el- Jadi Persoalan Serius” diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200114/12/1190075/perlindungan-konsumen-dagang-el-jadi-persoalan-serius> diakses pada tanggal 6 November 2019 pukul 14.25
- Djaslim Saladin, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: LINDA KARYA, 2004.
- Dwi Putri Agustina, Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Situs Lazada.co.id pada Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU, Universitas Sumatera Utara, 2017.
- Dwiputra, Muhammad Nopran, Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Persepsi resiko terhadap pembelian (studi kasus pada pelanggan online shop shopee di kota Yogyakarta), Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.
- Eka Pratama , Putu Agus, *Sisitem Informasi dan Implikasinya*, Bandung: INFORMATIKA, 2014.
- Harefa , Bryan Dei Gratia, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online pada Situs Lazada pada Mahasiswa/i S1

Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan, 2018.

Ishaq, Aulia, *Manajemen Operasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Iswara, Danu, Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian secara online (studi kasus pada pengguna media sosial instagram di kota yogyakarta), Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta. 2016.

Jogiyanto Hartono, *Sistem Informasi Keperilakuan* Yogyakarta: ANDI, 2007.

Jogiyanto, *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*, Yogyakarta: ANDI, 2007

Katadata, "indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet" diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet> diakses pada 5 November 2019, pukul 10.00 WIB.

Katadata, "cetak penjualan Rp 54t shopee e-commerce terpopuler di asia tenggara" diakses dari <https://katadata.co.id/berita/2019/08/23/cetak-penjualan-rp-54-t-shopee-e-commerce-terpopuler-di-asia-tenggara>. Diakses pada tanggal 5 November 2019 pukul 13.30 WIB.

Khoirun Nisa , Azizah, Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan *E-Banking* dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tajub Karang), Skripsi UIN Raden Intan Lampung. 2018.

Kotler, Philip dan Kevin , Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12*, Indonesia: PT Macan Jaya Cemerlang, 2005.

Kuncoro, Mudrajad, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta : UNIT PENERBIT DAN PERCETAKAN, 2011.

- Laudon , Kenneth C dan Jane P. Laudon , *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*, Jakarta: Salemba Empat,2016.
- Makmur, Rakhmat, *Bisnis Online*,Bandung: Informatika Bandung, 2018.
- Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*,Jakarta: Bumi Aksara,2013.
- Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta,2004.
- Mulyadi Agustinus, Dkk “Pengaruh kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada” Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XV No.2,2018.
- Nasution, Melisa Jaya, Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen belanja online shopee pada mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas sumatera utara Medan,skripsi Universitas Sumatera Utara,2018.
- Peter , J Paul dan Jerry , C.Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: SalembaEmpat, 2016.
- Putri ,Citra Widya, Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah, Skripsi Universitas Serang Raya.
- Putri Agustina Dwi, Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa /iFakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU, Universitas Sumatera Utara,2017.
- Rusman, Tedi, *Statistika Penelitian; Aplikasinya dengan SPSS*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Sangadji ,Etta Mamang, dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*,Yogyakarta: ANDI,2013.

- Sari, Aulia Nirmala, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Shopee, Skripsi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta, 2018.
- Munir Salim, “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam” Al-daulah Vol 6, No 2, Desember 2017.
- Schifman Leon dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, PT INDEKS, 2008.
- Soeratno dan Lincoln, Arsyad, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.2008.
- Sudaryono, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*, Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2014.
- Sugiono. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung : CV AFABETA, 2007.
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.
- Suliyanto, *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta : CV ANDI OFFSET, 2011.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2011.
- Sunyoto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS(Center for Academic Publishing Service), 2014.
- Suryani Tatik, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Sutabri, Tata, *Analisis Sistem Informasi*, Yogyakarta: ANDI, 2012.

Wijaya, Toni, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Zainal, Veithzal Rivai dkk, *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Askara, 2017.