

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Al-Qur'an

Bungin, Burhan.(2011). *Penelitian Kualitatif, Komunitas, Ekonomi, Kebijakan Publik*, Jakarta: Kencana Prenada Media.

Fatahillah, Farid. Yuswohady. (2022). *Millennial Muslim Megashifts Post-Pandemic*. Jakarta: Consumeri.id.

Frans Sudirjo, Gatot Wijayanto. (2023). *TEORI PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN*. Solok: PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Jawa Tengah: PT Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Malenium*, Jakarta: Prenada Media, 2000.

Kotler, Philip., & Gary Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga.

Machali,Imam. (2021). *METODE PENEILITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mubarok, Reza . (2021). *Pengantar Ekonometrika*, Pamekasan:Duta Media Publishing

- Ningsih, Ekawati Rahayu. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, Yogyakarta: IDEA Press.
- Prasetijo, Ristiyanti., & John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Rangga, Aloysius., & Aditya Nalendra, dkk, (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*, Bandung : Media Sains Indonesia.
- Sekaran, Uma., & Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi J Nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta;Prenada Media Grup
- Sihabudin, dkk.(2021). *EKONOMETRIKA DASAR TEORI DAN PRAKTIK BERBASIS SPSS*, Banyumas: Pena Persada.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan Spss*, Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Thamrin Abdullah, Francis Tantric. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Depok; PT, Raja Grafindo Persada.
- Zahriyah, Aminatus. dkk. (2021). *EKONOMETRIKA: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jawa timur: Mandala Press.

Zusron, Edwin. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.

JURNAL, ARTIKEL

Afnina, Yulia, Hastuti. (2018) . “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan”. *Jurnal Samudera ekonomi dan bisnis Islam*, 9(1), 22. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>

Agusti, Jelma Lifa. “ Media Sosial Sebagai Pengembang Bisnis di Era Digital”, *Mahasiswa wirausaha Universitas Brawijaya*, <https://mw.ub.ac.id/media-sosial-sebagai-pengembang-bisnis-di-era-digital/>

Anandita, Devi. (2014). “Konsumsi Tanda pada Fashion Hijab (Deskripsi Konsumsi Fashion Hijab pada Anggota Hijab Beauty Community, Malang)”, *Journal:eArticle, Universitas Brawijaya*, <https://www.neliti.com/id/publications/206992/>.

Anggraeni, Alvina Rahma., & Euis Soliha. (2020). ‘Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)’, *Al Tijarah* 6(3). <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>

Anwar. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Oppo Pada Toko Handphone Mandiri Medan, *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi*, 6(2).

Ariella, Irfan Rizqullah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.683>

Ayuningtiyas Kartika., & Hendra Gunawan. (2018). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam, *Journal of Applied Business Administration*”, 2(1). <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>

- Fatmawati ,Nurul., A, Euis Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*,10(1).
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Kurniawan, Danu Utoyo. Dyahrini. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FASHION PADA MARKETPLACE SHOPEE(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya), *Jurnal Musytari*, 7(6).
- Miranda E.M Mendur, dkk, (2021) “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder”, *Jurnal EMBA*, 9(3).
- Montolalu, Christenia E., Johny R.E Tampi, Olivia F. C Walangitan. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Di Pegadaian Cabang Tomohon, *Jurnal Productivity*, 4(3).
- Mujiyana Mujiyana & Ingge Elissa. (2013). ‘ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN VIA INTERNET PADA TOKO ONLINE’, *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(3).
<https://doi.org/10.12777/jati.8.3.143-152> .
- Octadyla, Malikal Mulki., Chandra Zaky Maulana, dan M Junestrada Diem. (2023). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(1).
- Oktavia, Nurafny., dkk. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee,” *Journal of Social Science and Character Education*, 1(1).

- Prabowo, Rokh Eddy dkk. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang), *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Rachmawati, Ike Kusdyah. dkk, PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE, *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019, Fakultas Teknologi Informasi UNMER Malang*.
- Rahayu, Sri. (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, Business, and Accounting*, 20(1). <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271> .
- Ramadhan, Muhammad Raihan. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promositerhadap Kepuasan Pelanggan Di Sofia Restaurant Jakarta”. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(11). <https://doi.org/10.30822/aksioma.v1i2.1809>
- Rohmah, Hariyanti., & Zuhdan Ady Fataron. (2020). “Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace,” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 1(1). <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2019.1.1.4772>
- Sanjaya. S. (2015). “Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 108–122.
- Sena, Tety Fadhila. (2017). “Variabel Antiseden Organizational, Citizenship Behavior,” *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(1).
- Shalahuddin, Laode. Risna Wijayati (2022). Deskripsi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Terhadap Obat Herbal (

Herbal Medicine). *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(3). <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.06>

Utami, E. M., Kusmaryati, S., & Purworejo, U. M. (2008). “Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).

Yulianto, Alilham Yudha., & Rokh Eddy Prabowo. (2024). “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop Di Kota Semarang),” *Jesya (Jurnal Ekonomi Ekonomi Syariah)*, 7(1).
<https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1518>.

Yulistria, Resti. (2023). “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mitra Bangun Perwira”, *Jurnal Swabumi*, 11(1).
<https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>

SKRIPSI

Erlina, Lita. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Tiktok Shop Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan 2018)*. Lampung, UIN Raden Intan Lampung.

Linggavieta, Rizal. (2022). *Pengaruh Potongan Harga, Kemudahan Akses dan Keamanan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Penggunaan ShopeePay Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang)*, Semarang, UIN Walisongo Semarang.

Ningsih, Maghfirola Setia. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah ((Studi Kasus Masyarakat Kampung Tualang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)*, Riau, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Novitasari, Risa. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fitur Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2021)*, Semarang, UIN Walisongo Semarang.
- Sani, Dinda Fauziyah. (2021). *Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-Commerce Shopee di Kota Padangsidempuan*, Padangsidempuan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.