

## DAFTAR PUSTAKA

- Adimah, N., Irsyad, M., & Oktriawan, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan kantor Cabang Purwakarta). *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 3(2), 177–194. <https://doi.org/10.52593/mtq.03.2.01>
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. [10.33059/jseb.v9i1.458](https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458)
- Arpizal. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Bisnis Online. *Jurnal Riset Dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(1), 23–50. <https://www.jurnal.staihwduri.ac.id>
- Ciputra, W., & Prasetya, W. (2020). Analisis Pengaruh E-Service Quality, Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction, Trust, dan Customer Behavioral Intention. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 109. <https://doi.org/10.37535/103001220201>
- Diansari, S., & Halimatussakdiah. (2021). Pengaruh Ease of Use dan Trust terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh E-Satisfacion pada Pengguna Aplikasi Belanja Online Shopee di Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(4), 692–706. <https://jim.usk.ac.id>
- Djunaedi, N., & Muh. Akil Rahman. (2023). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Layanan Jasa Go-Jek di Kota Palopo. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6(1), 26–38. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.89>
- Halisa, D. N., Indartini, M., & Warnaningtyas, H. (2025). *Pengaruh Promosi Digital , Kepercayaan Konsumen , Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Volume Penjualan Pada Dapur Gendis Madiun*. 14, 478–484. <https://doi.org/10.33319/jeko.v14i1.207>

- Handayani, E. (2022). Usaha Anak Kelas Dengan Mewujudkan Kemasan, Aspek Legalitas , Dan Promosi Digital ( Upscale Product By Realizing Packaging , Legality Aspects , and Digital Promotion ). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(02), 117–124. <https://doi.org/10.33370/jmk.v18i2.661>
- Harahap, A. H., Dalimunthe, L. U., Batubara, E. D., & Fadhil, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9 (19)(19), 76–81. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378841>
- James, F., & Durham, H. (2013). *50 Shades of Digital Marketing*. <https://www.7boats.com/academy/wp-content/uploads/2016/10/50-shade-of-digital-marketing.pdf>.
- K K, Ramachandran. (2023). Digital Dynamics: Integrating Online Channels for Sales Promotion Success. *International Journal of Advanced Research in Management*, 14(February), 20–35. <https://www.researchgate.net/publication/377598165>
- Komharudin, K., Firman, A., & Nurapipah, D. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Melalui Metode E-Servqual Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Kota Sukabumi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 464–474. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i2.643>
- Kurniadi, H., & Rana, J. A. S. (2023). The power of trust: How does consumer trust impact satisfaction and loyalty in Indonesian digital business? *Innovative Marketing*, 19(2), 236–249. [https://doi.org/10.21511/im.19\(2\).2023.19](https://doi.org/10.21511/im.19(2).2023.19)
- Luwiska, A. (2021). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Repeat Purchase Dengan Digital Promotion Dan E-Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Layanan Pesan-Antar Makanan Shopee Food Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 8(1), 2. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i2>
- Magfiroh, R. H., Fauziah, N. D., Sundari, & Ardiyansyah. (2024). Analisis Kualitas Layanan Dalam Pespektif Islam Terhadap Kepuasan Jamaah di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus LRB Mubinatour Bangsal-Mojokerto). *Journal of*

*Islamic Studies*, 3, 42–42.

<https://doi.org/10.51178/khazanah.v3i1.1820>

Miranda, R., & Nurdasia. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Transportasi P.O Simpati Star Di Kota Banda Aceh SINTA 4 2020. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(2), 310–321. <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/13275/>

Nafisah, I. (2021). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi pada Mahasiswa Kota Malang). *Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*, 1–71. <http://etheses.uin-malang.ac.id/32253/7/17540080.pdf>

Nurmanah, I., & 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*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>  
<https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>

Roisah, R., Ahha, Z. A., & Angliawati, R. Y. (2022). Upaya Meningkatkan E-Satisfaction Melalui E-Trust Dan E-Service Quality Pada Pengguna Shopee Kota Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(2), 65–76. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i2.745>

Safira. (2023). "PENGARUH E-SERVICE QUALITY, TRUST DAN INFORMATION QUALITY TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN LINKAJA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)" SKRIPSI. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM. <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/30884>

Siregar, A. H. (2019). Pengaruh Trust dan Satisfaction terhadap Customer Loyalty Di Era E-Commerce pada Toko Cheire Amore. *Jurnal Ilmiah SMART*, 1(1), 110. <http://www.stmbmultismart.ac.id/ejournal/index.php/JMBA/article/download/24/23>

- Susanto, T. W. P., Sudapet, I. N., Subagyo, H. D., & Suyono, J. (2021). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study at Crown Prince Hotel Surabaya). *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(5), 288–297. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems325>
- Syafril, S., & Hadziq, M. F. (2021). Islamic Principles in Marketing: An Overview of Islamic Marketing mix in Social-Media Campaign. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 69–82. <https://doi.org/10.33830/elqish.v1i1.1568.2021>
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>
- Aeni, L. N. (2023). Tinjauan Fatwa DSN MUI No. 13/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Wakalah Bi Al-Ujrah terhadap Keagenan di Kantor Pemasaran PT. Prudentian Life Assurance Cabang Ponogoro. *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*, 1, 19–37. <https://doi.org/10.55210/assyariah.v9i1.852>
- Ghozali, Imam, H. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Profram. In *Gramedia* (p. 447).
- Setyawan, D. A. (2021). Hipotesis Dan Variabel Penelitian. In *Tahta Media Group*. <https://poltekkessolo.ac.id.cniconent/uploads/modules/attachments/20210902143751Buku%20Modul%20Hipotesis%20san%20Variabel%20Penelitian.pdf>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. [https://www.researchgate.net/publication/376828943 Metodologi Penelitian Kualitatif](https://www.researchgate.net/publication/376828943_Metodologi_Penelitian_Kualitatif)
- Syaiful Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik*.
- Sihabudin., Wibowo, D., Mulyono, S., Wijaya Kusuma, J., Arofah, I., Arnawisuda Ningsi, B., Saputra, E., & Purwasih, R. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*.

- Yulianingsih, Y., Ismartaya, I., & Amelia S, V. (2024). Kepuasan Konsumen Berbasis Harga, Kepercayaan Konsumen dan Promosi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 981–995. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i3.857>
- Nasir Akhmad. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Peingkatan Penjualan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*. Vol. 2 No. 2 E-ISSN : 2828-0288 <https://www.ejournal.rmg.org/index.php/EBMJ/article/view/142>
- Rabiana, R., & Akib, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee). *EL-IQTISHOD: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No.1 <https://www.neliti.com/id/publications/349366/pengaruh-kepercayaan-dan-kualitas-informasi-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-19). Bandung: Alfabeta.
- Apriliana, E. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'I (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin). *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.31602/iqt.v5i1.2140>
- Azzahra, S. F., & Sabilla, T. P. (2024). *Pengaruh Inovasi Kemasan dan Promosi Digital terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Kopi Adjie di Provinsi Lampung , Indonesia*. 7(1), 7–18.
- Anindya, A. L., Akbar, R. R., & Ekonomi, J. J. (2025). *Pengaruh Brand Trust dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Bukalapak* Abstrak. 11(1), 377–388.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Dr . M . Anang Firmansyah , SE ., MM . i . June*.
- Manullang, F. A., & Heryenzus, H. (2022). Pengaruh Service Quality, Trust dan Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna Online PT Great Seasons Travel. *ECO-Buss*, 5(1), 362–374. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.494>

- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). (55). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman di Cinema XXI Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, *10*(4), 1807–1818.
- Pagiling, O. F., Amir Jaya, & Johannes Baptista Halik. (2024). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Restoran McDonald's Makassar. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(1), 403–415. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2011>
- Prabowo, F. A., Utama, R., & Kartono, R. (2023). E-Service Quality, Online Customer Reviews, and Purchase Intention as the Moderating Role of Purchase Decision. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *17*(5), 3205. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2633>
- Rahayu, R. L., Souisa, J., Utomo, A. Z., Wardani, S. K., & Ardani, V. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, *18*(2), 108–116. <https://doi.org/10.51277/keb/v18i2.170>
- Rahmania, M. A., & Wahyono, W. (2022). Interaction of E-Service Quality, Experiential Marketing, Trust, and Satisfaction on Repurchase Intention. *Management Analysis Journal*, *11*(1), 71–82. <https://doi.org/10.15294/maj.v11i1.54279>
- S. Lemeshow And, s. K. L. (1990). Sample size determination in health studies. 55–62.
- Saputra, S., Vereysita, S., Gouwtami, M., Lathifah, T., & Andayani, M. (2024). Dinamika Minat Beli Konsumen: Peran Kualitas Produk. *6*(2), 248–260.
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., Tegar, M., & Putri, S. S. A. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *11*(1), 43–49. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p43-49>
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Serang. (2023). *Laporan tahunan data perdagangan Kota Serang*. Diakses pada 23 Juni 2025. <https://disperindag.serangkota.go.id>

- Pemerintah Kota Serang. (2024). *Profil Pasar Rau Trade Center Serang*. Diakses pada 23 Juni 2025. <https://serangkota.go.id>
- Mahendra, A. R., & Utami, A. R. (2024). Efektivitas promosi digital melalui social media food influencer terhadap minat pembelian konsumen. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 7(2), 191–204. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v7i2.2760>
- Pertiwi, A. D., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh harga, promosi digital dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk fashion di marketplace. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 625-634. <http://bajangjournal.com/index.php/JEMBA>
- Suprapti, S., & Suparmi. (2020). Membangun e-loyalty dan e-satisfaction melalui e-service quality pengguna GoRide Kota Semarang. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen (JKBM)*, 6(2), 240–255. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i2.3795>
- Al-Qur'an Kemenag in Ms Word dan Terjemahannya. (2019). Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Rismawan. (2024). Analisis minat beli konsumen terhadap pemasaran produk di media sosial dilihat dari perspektif ekonomi Islam (Studi kasus mahasiswa IAI Almuslim). *J-SEN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam*, 3(2), 108–117. <https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jsen/article/download/1026/787/4262>
- GoodStats Data, (2023). 27 Juta UMKM Telah Go Digital Hingga 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/27-juta-umkm-telah-go-digital-hingga-2023-gXpaM>
- Kontan.co.id. (2025). Transaksi E-Commerce Indonesia 2019-2024. <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-2024>
- databoks. (2022). Pemanfaatan Internet Oleh Pelaku Usaha Digital. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomimakro/statistik/6383e4489896d85/pe-manfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital>