

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Agus,T. B. dan Prawoto,N.(2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EIEWS*. PT Depok:Rajagrafindo Persada.
- Amstrong, Kottler. (1997), “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Jakarta:Erlangga.
- Arikunto, Suharsimi. (2008). *Prosedur Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta
- Barnes, James G. (2003). *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI,. Yogyakarta.
- Engel,James, F.Roger, D.BlackWell dan Paul.W.Miniard.(1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta:Bina Rupa Aksara.
- Ghozali.(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, (Ed.ke-5) Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayat,Taufik.(2008). *Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce*, Jakarta: Media Kita.
- Karim Adiwarmam A.(2012). *Ekonomi Mikro Islam*,Jakarta: PT Rajawali Press.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, Ronny.(2007). *Metode Penelitian untuk penulisan Skripsi dan Tesis*, edisi revisi. Jakarta : penerbit PPM.
- Laudon, J.P, dan Laudon, K. C. (1998). *Essential of management information system*. New jersey:Prentice Hall.
- Laudon, K, dan Laudon J.P. (2010). *Management Informtaion System: Managing the Digital Firm, 11th edition*. New Jersey : PrenticeHall

- Mowen, John C. dan Minor, M. (2003). *Perilaku Konsumen*, Jilid 2 (Ed ke-5) Jakarta: Erlangga.
- Nasution, M. E. (2010). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana.
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Sangadji, Etta, M. dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta
- Santoso, S. (2000). *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT. Elex Komputindo.
- Setiadi, J. Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Setiadi, J. Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategis Dan Penelitian Pemasaran*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana.
- Setiadi, P. dan Usman, H. (2012). *Pengantar Statistika*, Jakarta ; Bumi Aksara,
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar interpratama Mandiri.
- Siyot, S. , dan Ali, S. (2015) *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solomon, Michael R dan Rabbit ,N. J. (2004). *Consumer Behaviour: in Fashion*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sugiyono, . (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta Februari.
- Suryabrata. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers. Syahidin
- Sutisna, (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Ed ke-3). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Troxell, D Mary dan Stone, .E. (1986) *Fashion Merchandising*. New York: Hill Book Company.
- Suwarman, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Jakarta: Graha Ilmu

## JURNAL ILMIAH

- Anggraeni, P. & Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs www.Traveloka.com.e-Proceeding of Management*. Vol. 13 No. 2 (ISSN: 2395-9357).
- Armayanti, Nelly, Prayoga, R. dan Rangga. (2018). *Online Marketing Dalam Menciptakan Niat Beli (Studi Pada Tokopedia.Com)*. Vol 2, No 2 Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, UNIMED.
- Baker, iAhmad. i(2010). *iOn iIslamic iBranding: iBrands ias iGood iDeeds. iOn iJournal iof iIslamic iMarketing. iVol i1. iNo. i2. iPp: i101-106*.
- Doney, P.M., and Cannon, J.P.(1997). *An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship. Journal of Marketing*, April, pp. 35-51.
- Gefen, David. (2002). *Customer Loyalty in E-Commerce Journal of the Association for Information Systems* Vol. 3, p. 27-51
- Jumani, dan Siddiqui. (2012). *Bases of Islamic Branding In Pakistan: Perception or Believes. On Interdisclipinary Journal of Contemporary research in Business*. Vol. 3. No. 9.
- Leeraphong, A., dan A. Mardjo.(2013). *Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand. Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 1 No. 4
- McKnight, D.H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. (2002). *Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. Information Systems Research*. Vol. 3. No. 3 (334-359).
- Abdilla,Marjesi. Kamener, Dahliana. dan Rosha, Zeshasina.(2015)“*Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus : Zalora.com)*” *e-journal* fakultas Manajemen,Universitas Bung Hatta.Padang. Vol.6 No.2.
- Rahayu, P. D. ,Djawoto. (2017).*Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di*

*Tokopedia*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 10, Oktober 2017 e-ISSN : 2461-0593. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Setyariningsih Eny, (2019) *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-commerce) Lazada Di Kota Mojokerto*. *Bisnis & Manajemen: The Journal Of Business and Management*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit, Vol 2, No.2 Agustus.

Mandey, Silvya L. (2009). *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Vol.6 No.1-100.

Widiyanto, Ibnu dan Prasilowati, Sri Lestari “*Perilaku Pembelian Melalui Internet*” *JMK*, VOL. 17, NO. 2, September 2015, 109–112 DOI: 10.9744/jmk.17.2.109–112 ISSN 1411-1438 print / ISSN 2338-8234 online. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

## **SKRIPSI**

Sukron Muchammad, Ady Rony (2019) *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Islamic Branding Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. FEBI Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.

Christianto, Antonny (2020) *Factors Influencing Purchase Decision Of E-Commerce Customers Mediated By Purchase Intention: A Case In Greater Jakarta*. Skripsi. *Business Administration. Faculty Of Business President University*, Cikarang.

Farki, Ahmad (2016) *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia*. Skripsi. Fakultas Teknologi Industri. Manajemen Bisnis. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.

Nomiasari, Fitri (2019) *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)* Institut

- Agama Islam Negeri Bengkulu. Skripsi. FEBI. Ekonomi Syariah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Pratiwi, Adhianti Laras (2017) “ Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya Di Jakarta Selatan. Skripsi. FEB. Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Prihanti, Dhea.(2019) “*Pengaruh E-Service Quality, Islamic Branding Dan Islamic Advertising Ethics Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Indonesia)*” Skripsi. Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Jawa Tengah
- Yunit, Setiawan. (2019) “*Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli shopee*” Skripsi.FEBI. Manajemen Bisnis Syari’ah. IAIN Surakarta. Surakarta.

## **UNDANG-UNDANG DAN ARTIKEL**

- Pemerintah Indonesia. 1999. *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Yang Mengatur Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)*. Lembaran Negara RI Tahun 1999, No.42 Sekretariat Negara. Jakarta.
- UNCTAD (2019) B2C E-commerce Index. diakses pada [https://unctad.org/system/files/officialdocument/tn\\_unctad\\_ict4d14\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/officialdocument/tn_unctad_ict4d14_en.pdf) tanggal 15 November 2020 pukul 08.00
- Rastogi, Vasundhara (2019) “ Indonesia E-Commerce Sector Market Potential Challenges” diakses pada <https://aseanbriefing.com/news/indonesias-e-commerce-sector-market-potential-challenges/> tanggal 15 November 2020 pukul 14.00