

DAFTAR PUSTAKA

- Benito, A., & Khasanah, I. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line Di Situs Kaskus. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. <https://eprints.undip.ac.id/29819/1/jurnal.pdf>
- Anwar. (2018). Kepercayaan Dalam Perspektif Komunikasi Umum dan Perspektif Komunikasi Islam. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 43-51. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1738>.
- Tarigan, E., & Karmini, N. (2023, September 28). *TikTok Says It Regrets Indonesia's Decision to Ban E-Commerce Sales on Social Media Platforms*. AP News. <https://apnews.com/article/indonesia-chinese-app-tiktok-ban-99ca4126596068c51804c2e274382c25>
- Mustika, E. I. & Arifin, A. L. (2021). “The Influence Of Trust And Information Quality On Online Purchase Decision In The Shopee Application (A Case Study On Pt Sri Bogor’s Employee).” *International Journal of Social Science* 1, no. 2 (2021): 37–42. <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i2.134>.
- Fataron, A. Z. & Rohmah, H. (2019) “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, no. 1: 1–18. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2019.1.1.4772>.
- Ginee. (2021, Oktober 26). *Mengulik Lebih Dalam Siapa yang Membuat Aplikasi TikTok*. <https://ginee.com/id/insights/siapa-yang-membuat-aplikasi-tik-tok/>
- Gunawan, H. & Ayuningtiyas, K. (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, no. 1 (2018): 152–65.
<https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (Edisi ke-9). Pearson Prentice Hall.
- Masoud, E. Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*. 5(6): 76–87.
- Hendrickson, W. A., & Ward, K. B. (1975). “Atomic Models for the Polypeptide Backbones of Myohemerythrin and Hemerythrin.” *Biochemical and Biophysical Research Communications* 66, no. 4 (1975): 1349–56.
[https://doi.org/10.1016/0006-291x\(75\)90508-2](https://doi.org/10.1016/0006-291x(75)90508-2).
- Juli, E. K. (2022). “Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Era Pandemi Covid 19.” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 3, no. 1 (2022): 1–13. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1083>.
- Farha, Z. (2016, Mei 29). *Hukum Jual Beli Online dalam Islam*. Kompasiana.
<https://www.kompasiana.com/zidafarha/574afc5a6b7e614813344010/hukum-jual-beli-online-dalam-islam>
- Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 1(01), 51-62. <https://wnj.westsciences.com/index.php/jbmws/article/view/93>
- Mbete, S. G. & Tanamal, R. (2020). “Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase.” *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* 5, no. 2 (2020): 100.
<https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>.

- Megayanti, P., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2019). Pengaruh Harga Dan Selera Terhadap Keputusan Membeli Di Online Shop Siswa Sma Negeri Di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 563–572. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20116>
- Muhaimin. (2011) *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina dan Pembisnis Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muharsyah. A. & Ekawati, R. K. (2022). “Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Model Delone And Mclean Di Kota Palembang.” *JuSiTik: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi* 4, no. 2: 20–27. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v4i2.505>.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko *Online* Lazada.”. *Jembatan Jurnal Ilmiah Manajemen* 15(2):87-94. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>.
- Mutiara & Wibowo, I. (2020) “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 8, no. 2. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>.
- Naomi, P. E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara *Online* (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli *Online* Kaskus.co.id di Purworejo). *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 12, No 1D.
- Pudjihardjo, C. M. & Wijaya, H. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve). *Jurnal Hospitality dan Manajemen*

Jasa.

- Purba, R. O. & Raja, P. L. (2022). “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee di Kota Medan).” *Journal Of Social Research* 1, no. 9 (2022): 1067–75. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i9.226>.
- Rahman, A. & Dewantara, R. Y. (2017) Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 52, No. 1. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2149>
- Rahmizal, M. & Yuvendri, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. 04, no. 03. *Jurnal Pundi*.
- Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). “How Trust And Quality Of Information Affect Buying Interest And Purchasing Decisions” (Study on Shopee Customers in Samarinda).” *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 4, no. 01 (2020). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.910>.
- Said, A. H., Sari, I., Syam, F. O., Anugerah, T., & Fatimah, P. I. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Stiem Bongaya. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 33–54.
- Sandora, M. (2020). “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online.” *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review* 11, no. 3 (2020): 290–310. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.288>.
- Soenawan, D. A., Malonda, E. S., & Aprilia, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.

Suhardi, D. & Taufik, N. (2018). "The Analysis of Ease of Use, Trust, and Website Quality towards Purchasing Decision in Lazada.Co.Id." *Indonesian Journal Of Business And Economics* 1, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.25134/ijbe.v1i1.1358>.

Susiawati, W. (2017). "Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian." *Jurnal Ekonomi Islam* 8 (2): 171–184. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/836>

Tanjaya, S. C., L. Maneke, & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*. Vol 7, No 4 (2019): JE VOL 7 NO 4.

"Technology Acceptance Model yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer|S1 Sistem Komputer S.Kom." Diakses 4 Juli 2023. <https://sistem-komputer-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Technology-Acceptance-Model-yang-mempengaruhi-diterimanya-penggunaan-teknologi-komputer/988df8f044d4c6b7bb8547df910631dcf579ab45>.

Ulfa, S. W. & Fikriyah, K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 106–118. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n2.p106-118>

Utami, N. N. & Usman, O. (2021). "Effect Of Customer Trust, Use Easy And Information Quality On Purchase Decisions On Lazada E-Commece." *SSRN Electronic Journal, advance online publication*, 2021. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768293>.

Wijaya, V. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Dan Loyalitas Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Di Toko *Online* Yovins Collection Pada Aplikasi Shopee. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* , 4(2), pp-pp.

Wulandari, F. & Sohrah. (2021) “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akad Salam di kelurahan Doping Kecamatan Penrang Kabupaten Wajo.” *Qadauna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Keluarga Islam* 2, no. 2 : 424–35. <https://doi.org/10.24252/qadauna.v2i2.16780>.

Yang, Z. (2025). “TikTok Shop Is Now the Size of eBay.” Tags. *Wired*, 7 November 2025. <https://www.wired.com/story/tiktok-shop-sales-global-ecommerce/>.

Yoga, D. (2025). “Indonesia E-Commerce Industry: A Complete Guide.” *Anchanto*, 10 Oktober 2025. <https://anchanto.com/en-th/indonesia-e-commerce-industry/>.