

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Urnomo. (2000). *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Achmad Zurohman, & Eka Rahayu. (2019). Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 21–32. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>
- Aisyah Siregar, R. (2020). *Pengaruh Transaksi Online Shopping, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce*. 1(2).
- Aan Komariyah, D. S. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Andhani, S. N. (2019). *Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace*. UIN Sunan Ampel.
- Ardhinata. (2015). Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online (Studi Kasus UD. KUNTAJAYA Kabupaten Gresik). *JESIT*, 2(1).
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pardede, Christine, R., Dkk., (2018) The Influence Of Perceived Value And Trust On Repurchase Intention In Shopee Online Shopping. *Jurnal EMBA Vol. 6* (1).
- Diani, R. dkk. (2016). Uji Effect Size Model Pemelajaran Scramble dengan Media Video Terhadap Hasil Belajar Fisika Peserta Didik Kelas X MAN 1 Pesisir Barat. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, 2(No. 05).
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Husada.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v4i1.74>
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing.

- Husain, H. M. (2006). *Hayat Muhammad*. Bogor: Dar al-Maaref.
- Indonesia, T. C. (2022). Tim CNBC Indonesia. *CNBC*.
- Ira, P. (2019). Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi kasus pasar Leuwiliang). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 40–51.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Penelitian Manajemen Terapan*, 6, 114–133.
- Irfan, A. (2019). *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*. IAIN Bengkulu.
- Irma Rahmayani Marpaung, Zuhrial M Nawawi, & Nuri Aslami. (2021). Analysis of The Application of Business Ethics in Online Buying and Selling Transactions on The Shopee Marketplace. *Journal Of Social Research*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i1.8>
- iPrice, accessed December 30, 2020, Peta E-Commerce Indonesia, <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Kharisma, R., Farida, S. I., & Zulkarnaen, I. (2022). an Analysis of Merchant Behaviour on Islamic Business Ethical Perspectives During Covid-19 Pandemic. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i1.419>
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82–91.
- Levy, R. (1983). *Ibn al-Ukhuwwah, Diya' al-Din Muhammad, Ma'alim al Qurbah fi Ahkam al-Hisbah*. Luzak.
- Maghfi, P. (2020). *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Online Pada Mahasiswa Fakultas Skripsi* : 1–87.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nur, A. (2007). *Al-Utsmaimin*. Jakarta: Darus Sunnah Press.
- Philip, K. (1998). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur Analisis*, 1, 21–34.
- Putri, M. (2020). *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo*. IAIN Ponorogo”Ponorogo.
- Saeed, M., Ahmed, Z. U., & Mukhtar, S.-M. (2001). International Marketing Ethics from an *Islamic* Perspective: A Value-Maximization Approach. *Journal of Bisnis Ethics*, 32(2), 127–142.
- Salsabila Putri, A., & Zakaria, R. (2020). Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, 1(November), 1–14.
- Santoso, S. A. (2018). Niat Beli Ulang Konsumen Pada E-Marketplace Shopee (Studi Efektivitas Penggunaan Live Chat). In *Skripsi Universitas Atmajaya*.
- Setiyo, P. B. (2018). Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil dan Menengah Melalui Pemanfaatan Compute Mediated Comunication/Media Sosial Instagram. In *Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Purwokerto*.
- Shahrul, A. M. (2021). Peran Kualitas Informasi Dalam Keputusan Pembelian Online Pengguna Shopee (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). In *Skripsi UIN Malang*.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistis*. Duta Wacana University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Suraatmaja, D. (2015). Pengaruh Penerapan Prosedur Penjualan Dan Manfaat Anggaran Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 13–39.
- Wahidah, M. N., Putro, H. P. N., Syaharuddin, S., Prawitasari, M., Anis, Mohamad Z. A., & Susanto, H. (2021). Dinamika Pendidikan Dasar *Islam* Sabilal Muhtadin Banjarmasin (1986-2019). *PAKIS (Publikasi Berkala Pendidikan Ilmu Sosial)*, 1(1). <https://doi.org/10.20527/pakis.v1i1.3186>
- Wahyuni, S. (2022). Analysis of Online Buying and Selling Transactions Through

the Shopee Application Based *Islamic Economic Perspective*. *Point Of View Research Management*, 3(1), 42–54.

Wynarta, M. (2021). *Dampak Iklan Shopee 7.7 Mega Elektronik Sale Di Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumen Aplikasi Shopee Di Surabaya*.

Yusuf, S. (2002). *Pelaku Usaha Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*. Jakarta:Galia Ilmu.