

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Ibn. *Raddul Mukhtar Alad Durril Mukhtar*, Beirut: Darul Fikr, 1992.
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta, IIIT Indonesia, 2002.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Alyasinta Viela Tusanputri, Amron, (2021). Judul: *Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-commerce Tiktok Shop*. *Forum Ekonomi* 23 (2).
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arip Purkon, 2012. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Durianto, Darmadi, (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan perilaku Merek*. Cetakan XX. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Erdogmus, I.E & Cicek, M. (2012). *The impact of social media marketing on brend loyalty*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58:1353-1360.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- H. Rewolt, Stewart, *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: Rineka Cipa, 1995.
- Handayani, S. P. Dan Purnama B. E. (2013). *Pembuatan website e-commerce Pada Distro Java Trend*. Seminar Riset Nasional Informatika dan Komputer, 19.
- <https://bimbinganislam.com/hukum-gratis-ongkir-dan-cashback-dari-marketplace-dalam-islam/>
- <https://muslim.or.id/20313-kriteria-iklan-yang-syari.html>
- Hutomo Atman Maulana, Yunelly Asra, (Desember 2019). Judul: *Analisis Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Oleh Generasi Z Didaerah Pedesaan*. *Jurnal Inovasi Bisnis* 7.

- Istiqomah, Zainul Hidayat, Ainun Jariah, (Juli 2019). Progres Conference. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang. Jurnal Vol 02.
- Kaplan, A.M. & Haenlein. M. 2010. *Users of The Word. Unite! The Challenges and Oppurtuni of Social Media*. Bussines Horizons.pp. 59-68.
- Kinanti Nur Amalia, Rorim Panday. *Mengkaji Minat Beli Konsumen Atas Voucher Potongan Harga Serta Gratis Ongkir Pada Aplikasi Belanja Online Shopee*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jurnal
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009). Menajemen Pemasaran Edisi Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. Prinsip-prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Praneda Media.
- Luthpiah Zulfa. (2021). *Pengaruh kepuasan, ikatan emosi, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Hnn pasar baru Banjarmasin*. Skripsi UIN Antasari Banjarmasin.
- Mira Istiqomah, Novi Marlina, (2020). Judul: *Pengaruh Promo Ongkos Kirim Dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion*. *Jurnal Manajemen Vol 12 (2)*.
- Muhammad Nur Ichwan Muslim, (29 April 2021). Artikel Muslim. Kriteria Iklan Yang Syar'i. Yogyakarta.
- Muhammad, Fourn, R. Lukman, Visi Al-qur'an Tentang Etika dan Bisnis, Jakarta:Salembang Diniya, 2002.
- Rangkuti, Freddy, (2009). Strategi Iklan yang Kreatif dan Analisis Kasus *IntegratedMarketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Ratu Dinar Amalia, Sampurno Wibowo, SE, M. Si, (Agustus 2019). Judul: *Analisis Siaran Iklan Dan Gratis Ongkos Kirim Sebagai Tipu Muslihat Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-commerce Shopee) Universitas Telkom*. E-proceeding of applied science Vol 5 No 2.

- Rosian Anwar, Wijaya Adidarma, ( Juni 2016). Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya. Pengaruh Kepercayaan Dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online. Universitas Bakrie. Jurnal VOL 12.NO 2.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2016). *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Shafira, Gusti Rizqi Indah, (2020). Pengaruh Celebrity endorser (Zaskia Sungkar) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Mahasiswi UIN Antasari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah. Skripsi UIN Antasari Banjarmasin.
- Shimp, T.A (2010). *Advertising, Promotion, & other aspect of Integrated Marketing Communication*. South-Western, Cengage Learning.
- Siti Lam'ah Nasution, Christine Herawati Limbong dan Denny Ammarani Ramadhan, (2020), Ecobisma, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). Jurnal VOL. 7 NO. 1 Tahun 2020.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sutisna, 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Cetakan Kedua. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ustadz Fadly Gugul, S. Ag, (16 September 2020). Hukum Gratis Ongkir Dan Cashback Dari Marketplace Dalam Islam. Artikel.