

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar. (2016). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Dhanaparamita, S. T. (2021). Analisis Risiko Naton Branding Dalam Penyelenggaraan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Multidisiplin*.
- Garaika & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. Hira Tech.
- Jaya, I Made Laut Mertha, 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Jusuf, Dewi indriani. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Kementerian Agama. (2019). *Al-Quran dan Terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.
- Purwanto. 2018. *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Penelitian Ekonomi Syariah*. Purworejo: StaiaPress
- Pendidikan Nasional, D. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Cet. II). Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press. Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian: (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Cet. 6). Alfabeta.

JURNAL

- Amanah, D., Harahap, D. A., Gunarto, M., & Purwanto. (2020). Perceived Risk and Security in Creating Online Purchasing Decision at Marketplace in Indonesia. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 169.
- Hasan, A., & TS Reza. (2021). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Aplikasi Marketplace Toko Deals Of The Day. *JAMBIS*, 115.
- Hismendi. (2016). *E-commerce Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 39.

- Jundrio, H., & Keni, K. (2020). Pengaruh Website Quality, Website Reputation dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan *E-commerce*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi *E-commerce* Dalam Perspektif Islam. *Jurnal IAIN Ponorogo*, 95-96.
- Mahzura, T. A. (2020). Pemanfaatan *E-commerce* Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 67.
- Mufidah, E. (2019). Harga (Price) dalam Manajemen Pemasaran Islam. *ATTANWIR: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan*, 76.
- Mujiyana, & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko *Online*. *Jurnal Teknik Industri*, 143-144.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 61.
- Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja *Online* Shopee. *JIAGABI*, 155
- Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride di Kota Manado. *EMBA*, 2780.
- Pengaruh *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja *Online* Shopee. (2019). *JIAGABI*, 155.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Neo-bis*, 36.
- Priskila, T. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Business Management Journal*, 102.
- Rejeki, R. S., Utomo, A. P., & Susanti, S. S. (2011). Perancangan dan Pengaplikasian Sistem Penjualan pada "Distro Smith" Berbasis *E-commerce*. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*.
- Rohmaniyah, R. T., & Anwar, C. (2022). Pandangan Islam Terhadap Manajemen Risiko Melalui Teladan Kisah Nabi Yusuf AS. *AL-MIRAH: Jurnal Pendidikan Islam*, 51.

- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi *Online Shopping* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada *E-commerce*. *Jurnal Computech & Bisnis*, 25.
- Susanti, A. W. (2014). *E-commerce* Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal RESTI*, 64.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-commerce* Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1-2.

REFERENSI BAHASA ASING

- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). Effect Of Brand Image, Price And Quality Of The Product On The Smartphone Purchase Decision. *Journal EkBis*, 298.
- Leksono, P. (2022). Analysis of Effect Perceived of Risk and Perceived of Reputation on Purchase Decision on Cosmetics *Online Shopping*. *Scientific Journal of Management & Business*, 2.
- M. Subchan, & Setiadi, D. (2020). Information System For Sale Of Muslim Clothes Based On *E-commerce* Technology. *Jurnal Mantik*.
- Rares, A., & Jorie, R. J. (2015). The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Store Manado Town Square. *Journal EMBA*, 594.
- Tamara, S., Alie, J., & Wadud, M. (2021). The Effect of Brand Image and Price on Purchase Decision of Vivo Smartphones in Pampangan District. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 15.