

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Yulia. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196.
- Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Andriyanti, Eka & Farida, Siti Ning. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo, XII(2), 228-241.
- Anggi, Ardha, Aditya. (2016). "Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat elektronik di Toko Ardha". ISSN.
- Anshari, M.F., & Mahani, S.E. (2018). *Pengaruh Digital Marketing dan Sales Promotion terhadap Impluse Buying pada Situs Berrybenka.com*. Bandung
- Alma, Bukhari & Priansa, Donni Juni. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta) hlm. 340.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357–374.
- Batu, R.L., Situngkir, T.L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 18(2),144-152.

- Budi Darma. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Chow, Suwandi. (2010). *Kaya dari Affiliate Marketing & Forex*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 06(03), 77–84.
- Iwarere, H. T., & T. O. Fakokunde. (2011). Consumers' Perception of Product and Service Quality and Price in The Nigerian Fast Food Industry: A case of Selected Outlets in Ekiti State, Nigeria. *European Journal of Social Sciences*, 19(2), 198-207.
- Jacoby, J. & Olson, J. C. 1977 *Consumer Response To Price: An Attitudinal Information Processing Perspective*. In Y. Wind & M. Greenberg (Eds.). *Moving Ahead in Attitude Research* , 73-86. Chicago: American Marketing Association.
- Jannah, M., & Ariyanto, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. New Hunteria Depok. *Jurnal Hummansia (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 4(2), 58–69.
- Komputer, W. (2017). *Ragam Model Penelitian & Pengolahannya dengan SPSS*. CV. Andi Offset & Wahana Komputer.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 15 Global Edition England*: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Manajemen*. Terjemahan Benyamin Molam. Jakarta: PT. Ikrar Abadi. hlm. 181
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo

- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran* Edisi Ke-9. Jakarta: PT.Indeks, hlm. 15
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Erlangga.
- Lalawar, G. J. (2022). *Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Dealer Dinamika Motordi Kota Kupang*. Universitas Nusa Cendana.
- Mardiasih, Titik Sri. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 5.
- Marwanto, Aris. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis, hlm. 163-167
- Misra, Isra, etc. al. (2021). Mekanisme Bagi Hasil Pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*. Vol 7. No 2.
- Muliajaya, I. M., Sujana, I. N., & Indriyani, L. (2019). Pengaruh Viral Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 628-636.
- Nicolas Gregori, Roberto Daniele, Levent Altinay. "Affiliate Marketing in Tourism: Determinants of Consumer Trust". *Journal of Travel Research* 2014 (53), 196
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Regresi data Panel Dengan Eview*. Penerbit Andi.
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh Word of Mouth, Minat Konsumen dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi pada Pelajar Lembaga Kursus di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal Ekonika*, 3(2), 118–135.

- S. Santoso. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sudaryanto, S., N Ari Subagio, N., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). *Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardi. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suparno, D., Tjahjawan, I., Martodiyo, S., Anshary, A.H., Mulyono, Badrian, et al. (2023) The influence of financial literacy, digital literacy, digital marketing, brand image and word of mouth on the z generation's interest in Islamic banks. *International Journal of Data and Network Science 7 (2023) 1975–1982*
- Syukriyah, Ina (2020). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Produk Fashion Muslim Melalui Marketplace Shopee*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Trisnawati Sule, Erni, dkk. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), hlm. 163.
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Ke-7*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hlm. 35.
- Widyawati. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Bisnis Affiliate marketing pada Marketplace Shopee. *Jurnal Studi hokum Ekonomi Syariah*, Hlm: 2-3
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjung-Pekanbaru). *Jurnal Jom*

FISIP, 4(2), 1-10.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model And Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Zeithaml, V. A. 1982 Consumer response to in Store price information environment. *Journal of Consumer Research*, 4(8), 357-369.