

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hafidz, Muhammad. TU Syaria. "Wawancara". Pacet. 28 Maret 2022.
- Al-Qur'an, 2:275.
- Al-Qur'an, 2:282
- Agustini, Ni Kadek Devi Aprilia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (2017): 129-140. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>
- Adiwidjaja, Adrian Junio dan Zeplin Jiwa Husada Tarigan. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse". *AGORA* Vol. 5, No. 3, (2017).
- Amin, Ma'ruf dan dkk. *Himpunan Fatwa MUI Bidang POM dan IPTEK*. Jakarta: Erlangga, 2015.
- Bulan, Tengku Putri Lindung dan Khairul Fazrin. "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* (2017): 727-739. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Burmann, Christoph dan Manfred Kirchgeorg. *Managing Negative Word-of-mouth on Social Media Platforms*. Germany: Spring Gabler, 2016.
- Creswell, John W dan J David Creswell. *Research Design Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publication, 2018.
- Databoks. "Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022" dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/>. Di akses pada 18 April 2022.
- Doh, Sun-Jae dan Jang-Sun Hwang. "How Consumers Evaluate eWOM (Electronic Word-of-Mouth) Messages." *Cyber Psychology & Behavior* (2009): 193-297. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0109>
- Fahira, Heniar Farin dan Baroroh Lestari. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Acne Series Ms Glow Di Kota Malang." *Jurnal Aplikasi Bisnis* (2021): 163-178.

- Firmansyah, M Anang. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multi Variate dengan Program IMB SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.
- Handini. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Handoko. "Pengaruh e-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Online di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Solusi* (2020): 30-41. <https://doi.org/10.51277/keb.v15i1.64>
- Hasan, Akhmad Farroh. *Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer Teori dan Praktek*. Malang: UIN-Maliki Press, 2018.
- Ismagilova, Elvira, et al. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketting Contex*. Switzerland: Springer Nature, 2017.
- Izzudin, Ahmad. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Jurnal Penelitian Iptek* (2018): 95-111. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i2.1886>
- Jamil, Akhmad Sobrun dan Muhammad Mujtaba Mitra Zuana. *Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Bening Pustaka, 2019.
- Kamaliah, Latifah Nur. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Pada Minat Beli Pelanggan Di Situs Social Commerce Media Sosial Intagram". Skripsi--Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta. 2020.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Paiva Buku, 2016.
- Kurniawati, Annisa Dwi. "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam." *Journal Of Islamic Economic and Business* (2019): 86-98. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>
- Kurniawati, Fitri, et al. *Analisis Regresi*. Pekanbaru: Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.

- Kusharyadi, Fajar Ari. "Analisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Santri Pondok Pesantren Darul Irfan Kota Serang". Skripsi--Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin. Banten. 2018.
- Leavy, Patricia. *Research Design Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. New York: Guilford Publications, 2017.
- Leonardo, Brenda R, Rudy S Wenas dan Jane G Poluan. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal EMBA* (2021): 1715-1730. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35960>
- Lokadata, "Pengguna Internet Di Indonesia 1998-Q2 2020" dalam <https://lokadata.beritagar.id/>. Di akses pada 18 November 2021.
- Khoeron Moh, "Tarif Layanan Permohonan Sertifikasi Halal" dalam <https://www.kemenag.go.id/>. Di akses pada 7 Juli 2022.
- Norfai. *Manajemen Data Menggunakan SPSS*. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan, 2020.
- Nuryadi, et al. *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Panjaitan, Roimanson. *Metodologi Penelitian*. Kotadaya Kupanng: Jusuf Aryani Learning, 2017.
- Purwanto. *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Readibilitas Ekonomi Syariah*. Magelang: Stai Pres, 2018.
- Rachmawan, Randy Farid, N Rachma dan M Hufron. "Pengaruh Iklan Internet Dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Minat Beli Situs Online Shopee Pada Mahasiswa Feb Manajemen Universitas Islam Malang." *Jurnal Riset Manajemen*: 76-88.
- Refalita, Helsy Zella. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik". Skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung. 2107.
- Retnawati, Heri. *Pengembangan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Parama Publishing, 2016.
- Rohman, Azizur Rohman. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepedah Di Era Pandemi Covid 19". Skripsi--Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Purwokerto. 2021.

- Sayekti, Nidya Waras. "Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia." *Info Singkat* (2018): 1-20.
- Sitanggang, Nanda Effrata Sitanggang. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Pada Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Geprek Benu Medan". Skripsi--Universitas Sumatera Utara. Medan. 2018.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar Klodangan: Literasi Media Publishing, 2015.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhari, Yohanes. "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya." *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* (2008): 133-145. <https://doi.org/10.35315/dinamik.v13i2.79>
- Susanti, Era, Nilam Sari, Khairul Amri. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan". *EKOBIS* (2018): 49.
- Suprianto, Kurniawansyah, Muhammad Fikri, "Pengaruh Pencantuman Label Halal Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Muslim". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (2019): 189-190.
- Taharu, Velita Rini dan Andala Rama Putra Barusman. "Pengaruh e-Wom dan Review Produk pada Market Place Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Jadi Di Bandar Lampung." *Jurnal Visionist* (2019): 35-45. <http://dx.doi.org/10.36448/jmv.v8i1.1688>
- Wibowo, Dwi Edi dan Benny Diah Mandusari. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan di Kota Pekalongan." *Indonesia Journal Of Halal* (2018): 69-83. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3400>
- Widana, Wayan dan Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media, 2020.