

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Wuri. "Big Ramadhan Sale, Peningkatan Transaksi Lebih Dari 16x Lipat", dalam <https://www.dream.co.id/lifestyle/tren-belanja-saat-sahur-di-shopee-big-ramadan-sale-peningkatan-transaksi-lebih-dari-16x-lipat-230411.html> (18 Mei 2023)
- Annur, Cindy Mutia. "Daftar Negara Paling Sering Belanja Online, Indonesia Peringkat Ke-5", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5> (29 Oktober 2022)
- Annur, Cindy Mutia. "E-Commerce Terpopuler Di Kalangan Anak Muda, Siapa Juaraanya?", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya> (9 November 2022)
- Annur, Cindy Mutia. "Ini Situs E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022> (14 Januari 2023)
- Annur, Cindy Mutia. "Survei: Shopee Jadi Platform E-Commerce Yang Paling Banyak Digunakan Saat Harbolnas", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/survei-shopee-jadi-platform-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-saat-harbolnas> (29 Oktober 2022)
- Christoper, Nathanel dan Joan Yuliana Hutapea. "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Gofood dalam Aplikasi Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Advent Indonesia)", *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4 Nomor 6 (2022). <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.9334>
- Darmawan, Dedy dan Friska Yolanda. "Busana Muslim Jadi Salah Satu Produk Lokal Paling Diburu Selama Harbolnas 2022", dalam <https://ekonomi.republika.co.id/berita/tradisi/2370/busana-muslim-jadi-salah-satu-produk-lokal-paling-diburu-selama-harbolnas-2022> (18 Mei 2023)
- Djuandita, Tasya Aprilia. "Perbedaan Cara Belanja Generasi X, Y dan Z" dalam <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/ini-perbedaan-cara-berbelanja-generasi-x-y-dan-z> (20 Juli 2023)
- Dzulqarnain, Iskandar. "Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee". Skripsi--Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember, 2019.
- Farki, Ahmad and Imam Baihaqi. "Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia", *Jurnal Teknik ITS*, Vol. 5 Nomor 2 (2016), 15. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>
- Filieri, Raffaele. "What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-Adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM", *Journal of Business*

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018.

Hafsyah, Sadida dan Yuli Anisah. “Indonesia Ingin Jadi Pusat Industri Busana Muslim Dunia - Kbr.Id”, dalam <https://kbr.id/nasional/10-2022/indonesia-ingin-jadi-pusat-industri-busana-muslim-dunia/109915.html> (10 November 2022)

Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga, 2012.

Izzul, Aviccena. “Produk Terlaris di Shopee 2022” dalam <https://asiacommerce.id/produk-terlaris-di-shopee/> (05 Mei 2023)

Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajawali Press, 2012.

Komariyah, Desi Intan. “Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi’iyah Seblak Jombang)”, *BIMB: Journal of Business and Innovation Management*, Vol 4 Nomor 2, (2022). <https://doi.org/10.33752/bim.v4i2.410>

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks, 2016.

Lackermair, Georg, et al. “Importance of Online Product Reviews from a Consumer’s Perspective”, *Advances in Economics and Business*, Vol. 1 Nomor 1 (2013), 1–5
<https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>

Laudon, Kenneth C dan Carol Guercio Traver. *E-Commerce 2016* (Harlow: Pearson, 2017).

Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka An-Nur, 2017.

Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017).

Mokodompit, Hana Yoflike, S. L. H. V Joyce Lopian, and Ferdy Roring. “Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat)”, *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 10 Nomor 3 (2022), 975 <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>

Nabilah, Aninda dan Sonia Fatmarani. “Peluang Pasar: Produk Fashion Muslim”, dalam <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-fashion-muslim/> (18 Mei 2023)

Nugroho, Adi Sulisty. *E-Commerce Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: EKUILIBRIA, 2016.

Putri, Latifa dan Harimukti Wandebori. “Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention”, *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, Vol. 1 Nomor 1 (2016), 139-154. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/41793>

Rinaja, Atma Fadna, Ida Bagus Nyoman Udayana, dan Bernadetta Diansepti Maharani. “Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee”, *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, Vol. 9 Nomor 3 (2022), 435–48 <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>

Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo, 2014.

Schiffman, Leon G. dan Joseph Wisenblit. *Consumer Behaviour* 11th edition. Harlow: Essex Pearson Education Limited, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Edisi Ke-2. Bandung: Alfabeta, 2019.

Suryani, Mufid, Nida Nusaibatul Adawiyah, and Erlin Beliya Syahputri. “Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19”, *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, Vol. 1 Nomor 1 (2022), 49–74 <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>

Syaparuddin. *Muslim Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: Tust Media Publishing, 2021.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andy, 2016.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy, 2015.

TU Institut Pesantren KH. Abdul Chalm. “Wawancara”. Pacet (05 Mei 2023)

Tulangow, Sharen G, Tinneke M. Tumbel, and Ogiya F. C. Walangitan. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9 Nomor 3 (2019), 35 <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>

Turban, Efraim, et al. *Electronic Commerce*, Edisi ke-7. Harlow: Pearson, 2012.

