

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Theresia. “Fesyen Muslim Paling Laris Di E-Commerce 2022 - GenPI.Co” dalam <https://www.genpi.co/ekonomi/178639/fesyen-muslim-paling-laris-di-e-commerce-2022> (29 January 2023).
- Ahdiat, Adi. “5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023” dalam [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023#:~:text=Dalam%20periode%20sama%2C%20situs%20\(4](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023#:~:text=Dalam%20periode%20sama%2C%20situs%20(4) (4 Juni 2023).
- Al-Qur'an, 2:275.
- Aprilianto, Bayu, Henny Welsa, and Ida Bagus Nyoman Udayana. “Pengaruh Commitment, Trust Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty (Studi Kasus Pada Bento Kopi Yogyakarta)”, *Widya Manajemen*, Vol.4.No.1, e-ISSN 2655-9501, (2022), 1–11, <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1743>.
- Fitria, Luluk, Rois Arifin, and Aleria Irma Hatneny. “Pengaruh Customer Experience, Ease Of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Santri Pesantren Kampus Ainul Yaqin Unisma)”, *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, Vol.10.No.03 (2021), 71-85.
- Fitria, Tira Nur. “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.03.No.1 (2017), 52–62, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2018.
- Griffin. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. 2021.
- Hadi, Alfian Fikri. Kepala BAAK Institut Pesantren KH.Abdul Chalim “Wawancara”, Pacet, (29 November 2022).
- Handayani, Sutri. “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta”, *ILKOM Jurnal Ilmiah*, Vol.10.No.2, p-ISSN 2087-1716, e-ISSN 2548-7779, (2018), 182–89, <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310.182-189>.
- Hardjanti, Adiati and Dinna Amalia. “Pengaruh Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust Dan

- Switching Barriers Terhadap Customer Retention”, *Jurnal Ekonomi*, Vol.5.No.1, (2014).
- Hartami, Santi. *Tecnologi Acceptance Model(TAM)*. Surabaya: CV NEM. 2021.
- Hidayah, Ardiana.”Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Vol.17.No.1, (2019), 84–93, <https://doi.org/10.36546/solusi.v17i1.155>.
- Hidayat, Anwar. “Pengertian Uji Asumsi Klasik Regresi Linear Dengan SPSS”, dalam <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-asumsi-klasik-regresi-linear-spss.html> (29 Januari 2023).
- Hismendi. “E-Commerce: Model Interaksi Jual Beli (Studi Pada Pelaku Interaksi Jual Beli Melalui Internet)”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.15.No.1, (2016), 39–48.
- Humaira, Fatiya Rumi. “Pemanfaatan Internet Oleh Pelaku Usaha Digital”, dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital> (23 November 2022).
- Istanti, Fredianaika.”Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Belanja Online Di Surabaya”, *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, Vol.4.No.1, (2017), 14–22.
- Karnadi, Alif. “Perempuan Lebih Banyak Belanja Online Pada 2021” dalam <https://dataindonesia.id/digital/detail/perempuan-lebih-banyak-belanja-online-pada-2021>(29 Januari 2023).
- Kotler, Philip dan Kevin L Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat. 2016.
- Kotler, Philip, dan Kevin L Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kurniawati, Annisa Dwi. “Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam”, *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, Vol.2.No.1, (2019), 90, <https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>.
- Lidwina, Andrea. “Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Dunia” dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> (23 November 2022).
- Logiawan,Yenny and Hartono Subagio. “Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2.No 1, (2014), 1–11.

- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka An-Nur 2017.
- Masail, Bahtsul. “Hukum Jual Beli Online | NU Online”, dalam <https://islam.nu.or.id/bahtsul-masail/hukum-jual-beli-online-cFzIC>(23 November 2022).
- Miranda, Sofia. “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau”, *JOM FISIP*, Vol.4.No.2, (2017), 1–15.
- Murhadi. “The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Trust, Loyalty of E-Commerce Customers, Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022)” , *Atlantis Press International BV*, (2023), <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4>.
- Oktarini, Made Ayu Swari and I Made Wardana. “Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention”, *Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7.No.4, (2018),2041–2072, <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i04.p12>.
- Pahlevi, Reza. “APJII: Penetrasi Internet Indonesia Capai 77,02% Pada 2022”, dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022> (23 November 2022).
- Pahlevi, Reza. “Ini Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di E-Commerce” dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ini-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce> (23 November 2022).
- Permatasari, Tiara Vega. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT TIKI Jalur Nugraha Ekakurir di Jakarta”, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol.7. No.3, E-ISSN: 2598-0289, (2023),582-595, <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i3.23871> .
- Pertiwi, Dewi. *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya*. Yogyakarta: Deepublish. 2021.
- Putra , Kevin and others. “Pengaruh Kepercayaan Pelangan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo”, *AGORA*, Vol.7.No.1, (2018).
- Rahayu. *Manage Customer Loyalty: Mengelola Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Program Pasca Sarjana. 2021.

- Rianto, M Iqbal dan Raditha Dwi Vata Hapsari. “Pengaruh *Customer Experience*, *Ease Of Use*, dan *Trust* terhadap Loyalitas *E-commerce*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Vol.01.No.2, (2022).
- Saefullah. “Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Terhadap Karakter Anak”, dalam <https://bdkjakarta.kemenag.go.id/berita/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak> (4 Juni 2023).
- Saranailmu. “Kepercayaan (Trust): Pengertian, Definisi, Manfaat Dan Faktor-Faktornya Lengkap”, dalam <https://bprsku.co.id/pengertian-definisi-manfaat-dan-faktor-faktor-kepercayaan-trust-menurut-para-ahli/> (6 Juni 2023).
- Satryawati, Eka. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce”, *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, Vol.4.No.1, (2018), 36–52. <http://dx.doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>.
- Sidharta, Iwan, and Boy Suzanto. “Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce”, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.9.No.1 (2015), 23–36.
- Siregar, August Halomoan. “Pengaruh Trust Dan Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Di Era E-Commerce Pada Toko Cheire Amore”, *Jurnal Ilmiah SMART*, Vol.3.No.1, pISSN : 2549-5836, (2019), 1–10, <http://www.stmb-multismart.ac.id/ejournal/index.php/JMBA/article/view/24>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2019.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2020.
- Surapati, Untung, Suharno, Zainal Abidin. “The The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty PT Surya Rafi Bersaudara”, *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol.4.No.1, E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771, (2020), 171–80, <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.300>.
- Usmara, Usi. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books. 2021.
- Wardoyo W, and Intan Andini. “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma”, *Jurnal Manajemen Dayasaing*, Vol.19.No.1, (2017), 12–26, <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>.

Wiyata, Mariati Tirta, Elisya Pramana Putri, and Ce Gunawan. “Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, Dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee Di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi”, *Cakrawala*, Vol.3.No.1, p-ISSN: 2620-8490; e-ISSN: 2620-8814, (2020), 11–21.

Yuliawan, Eko dan William Cuaca. “ Mengukur Loyalitas Pelanggan Pada Brastagi Supermarket (Jl. Gatot Subroto No.288 Medan)”, *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil*, Vol.6. No.02, (2016), 177-192, <https://doi.org/10.55601/jwem.v6i2.354> .

