

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Francis, T. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2015), hlm. 112.
- Abdurrohman, K., (2020). *Tafsir Ayat-Ayat Konsumsi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam*. Diambil 18 september 2023 dari <https://ejournal.iainkudus.ac.id>
- Anandan, R. dkk. (2018). *Southeast Asia's Internet Economy Hits An Inflection Point*. Diambil 29 November 2022 dari https://www.thinkwithgoogle.com/qs/documents/6730/Report_e-Conomy_SEA_2018_by_Google_Temasek_v.pdf
- Dzakfar, M., (2007). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Eko, S. (2008). *Ekonomi mikro perspektif islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*, Jakarta: Kencana
- Melis. (2015). *Prinsip dan Batasan Konsumsi Islami*. Diambil 29 November 2022 dari <https://ejournal.stebisigm.ac.id/>
- Melis. (2015). *Prinsip dan Batasan Konsumsi Islami*. Diambil 9 Januari 2023 dari <https://ejournal.stebisigm.ac.id/>
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Mulakawa, T. P. J. (2020) *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Barang Secara*

- Online Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam*. Diambil 18 Januari 2023 dari repo.uinsatu.ac.id/
- Nasutin, M. E. (2000). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nobiansyah, Ragil. *Implementasi Bisnis E-Commerce Dalam Perspektif Syariah Pada Pt. Galaksi Dunia Halal*. Diambil 29 November 2022 dari <https://repository.uinjkt.ac.id/>
- Nurohman, D. (2011). *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras.
- Putri, A. S., & Roni Zakaria. (2020). *Analisis Pemetaan e-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital*. Diambil dari <https://idec.ft.uns.ac.id/> pada tanggal 29 November 2022.
- Sangadji & Sopiah, (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sengkey, C. S., & Rudy, S. W. (2015). *Analisis Citra Merek, Atmosfer Toko, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembeli Pada Time Out Sport Cafe IT Center Manado*. Diambil 9 Januari 2023 dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7930>
- Sidharta, I. dan Boy, S. (2015). *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-commerce*. Jakarta: jurnal computech & bisnis.
- Subagiyo, R. (2016). *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Nusantara.
- Sutabri. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Swastha, B. (1993). *Manajemen Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi.
- Timorria, Iim Fathimah. *Transaksi Shopee Naik 130 Persen, Raja E-commerce Indonesia*. Diambil 29 November 2022 dari <https://ekonomi.bisnis.com/>
- Yin, R. K. (2004). *Studi kasus : desain & metode / Robert K. Yin ; penerjemah, M. Djauzi Mudzakir*. Jakarta : RajaGrafindo Perkasa
<https://quran.kemenag.go.id/>