

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). "Metodologi Penelitian Kuantitatif". In *Aswaja Pressindo*.
- Adelia, R., & Kadariah, S. (2023). "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Aroma Bakery And Cake Shop ( Studi Kasus PT . Arma Anugrah Abadi )". *Jurnal MAIBIE(Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic)*, 1(1).
- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang". *Journal of Management*, 4(4).
- Adriani Faradita, P., & Widjajanti, K. (2023). "Pengaruh *Online Customer Review*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia". *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2).
- Ahd, A., & Iat. (2023). "Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana *E-commerce* Lain? *Databoks*. [https:// databoks.katadata.co.id/ datapublish/ 2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain).
- Ahmad Syafiq. (2019). "Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam". *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1).
- Akbar, W., & Wulansari, S. (2022). "Pandangan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, dan Distribusi terhadap *Trend* Keputusan Pembelian Rokok Elektrik (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Palangka Raya)". *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1).
- Alencia, H. C., Tohari, H. M., & Nurrahman, Y. A. (2019). "Sentimen Analisis Kepuasan Pelanggan *E-commerce* Menggunakan *Lexicon Classification* dengan R". *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2019, March*.

- Almanhaj. (2019). "Berkata Benar (Jujur) dan Jangan Dusta (Bohong)". <https://almanhaj.or.id/12601-berkata-benar-jujur-dan-jangan-dusta-bohong-2.html>
- Amri, S., & Rochmah, E. (2021). "Pengaruh Kemampuan Literasi Membaca terhadap Prestasi Belajar Siswa Sekolah Dasar". *EduHumaniora | Jurnal Pendidikan Dasar Kampus Cibiru*, 13(1).
- Annur, C. M. (2022). "Google Prediksi *E-commerce* Indonesia Terus Menguat sampai 2025". *Databoks*. [https:// databoks.katadata.co.id/ datapublish/ 2022/10/28/google-prediksi-e-commerce-indonesia-terus-menguat-sampai-2025](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/google-prediksi-e-commerce-indonesia-terus-menguat-sampai-2025)
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Marketplace Shopee*". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7.
- Ayyatullah Michael Musyaffi, Hera Khairunnisa, dan D. K. R. (2022). "Konsep Dasar *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS". *Pascal Books*.
- Azhar, Z., Mulyani, N., Hutahaeen, J., & Mayhaky, A. (2022). "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *E-Commerce* Terbaik Menggunakan Metode MOOSRA". *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6(4).
- Balaka, M. Y. (2022). "Metode Penelitian Kuantitatif". In *Widina Bhakti Persada*.
- Berlianto, M. P. (2019). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan dan Niat Membeli Kembali pada Konteks *E-Commerce*". *Journal of Business and Applied Management*, 12(2).
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada *Marketplace*: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (*Literature Review* Manajemen Pemasaran)". *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1).

- Chandra, Y. E., Bukhori, M., R. W. D., Studi, P., & Manajemen, M. (2022). "Pengaruh Distribusi *Online* terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian pada Chandra Supermaret Bandar Lampung". *Jurnal Bisnis*, 3(2).
- Cipta Nurfadhilla, A., & Eprianti, N. (2022). "Analisis Keputusan Pembelian Produk *Shopee Affiliate* pada Perilaku Konsumen Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah 2018)". *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(2).
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). "Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating". *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2).
- Diva Angelia. (2023). "Tinjauan dan Prediksi Jumlah Pengguna Ponsel Pintar di Indonesia". *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/tinjauan-dan-prediksi-jumlah-pengguna-ponsel-pintar-di-indonesia-0koK3>
- Edi, A., & Aristyanto, E. (2021). "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Swalayan di Surabaya". *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 6(1).
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). "Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang". *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2).
- Faisal, A. (2022). "Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* secara *Online* pada *Marketplace* *Shopee* dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Pengguna *Shopee* di Magelang)". Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). "Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam". *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).

- Fitriana, R., & Chadhiq, U. (2022). "Pengaruh *E-Commerce* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening*". *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1).
- Furadantin, N. R. (2018). "Analisis Data Menggunakan Aplikasi *SmartPLS v.3.2.7 2018*". *Academia (Accelerating the World's Research)*.
- Ginting, E. S. (2020). "Penguatan Literasi di Era Digital". *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III*, 35.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). "Analisis Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, dan *Star Seller* terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko *Online* di *Shopee*". *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Hikmawati, F. (2020). "Metodologi Penelitian". In *Rajawali Press*.
- Ika Susanti, N., & Eka Nurdiana, M. (2023). "Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen *Ausath Mart 1 Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi*". *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(1).
- Indranata, C. J. (2022). "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam". *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(01).
- Irmayanti. (2021). Transaksi Jual Beli *Online* Berbasis Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Melalui Situs Resmi *Shopee*)". *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(February).
- Jayani, D. H. (2019). "Tren Pengguna *E-commerce* Terus Tumbuh". *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>.
- Kamisa, N. ', Devita P, A., & Novita, D. (2022). 'Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus: Pengguna *Shopee* di Bandar Lampung)". *JEB. Journal of Economic and Business Research*, 2(1).

- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). "Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie". *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3).
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). "Pengaruh *Online Costumer Review* dan *Customer Rating* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla". *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1).
- Leksani Dwi Rahayu. (2022). "Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater". Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). "Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19". *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2).
- M Hilmy Mubarak. (2019). "Pengaruh Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Soda ( *Coffee Beer* ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(1).
- Mahmud, A. I. (2021). "Pengaruh *Internet Marketing*, *Brand Awareness* dan Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian di Kreasi Japarais Semarang". UIN Walisongo Semarang.
- Mantara, M. A., Telagawathi, N. L. W. S. T., & Yulianthini, N. N. (2022). "Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara *Online* di Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha". *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1).
- Masykuroh, N. (2020). "Etika Bisnis Islam". In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Melania, F. A., & Ridlwan, A. A. (2022). "Pengaruh Penerapan Etika Pemasaran Islami terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Produk Chiztikk Surabaya)". *Jurnal Iqtisaduna*, 8(1).

- Mokodompit, H. Y., Lapian, S., & ... (2022). ... "Rating, Sistem Pembayaran *Cash on Delivery* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi Pada ...." *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 10(3).
- Mufid Suryani, Nida Nusaibatul Adawiyah, & Erlin Beliya Syahputri. (2022). "Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce Sociolla* Pada Masa Pandemi Covid-19". *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1).
- Muharmi, H., & Kurnia Sari, D. (2019). "Pengaruh *Service Quality*, *Food Quality*, dan *Perceived Value* terhadap *Behavioral Intentions* dengan *Consumer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Manajemen & Bisnis Indonesia*, 5(2).
- Muizudin, & Sista, O. (2019). "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di PT.Arwana Internusa Tour Pontianak". *Manajemen Motivasi*.
- Muljadi. (2019). "Etika dan Komunikasi Bisnis Islam" *Salemba Diniyah*.
- Mulyana, S. (2021). "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2).
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). "Pengaruh *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* sebagai Intervening pada Toko *Online Bukalapak* di Kota Padang". *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2).
- Munawaroh, N. A., & Widuri, T. (2022). "*Understanding Customer Loyalty Through Customer Satisfaction (The Case of Coffee Shop Industry in Kediri City)*". *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1).
- Muslim, I. F., & Salsabila, F. (2021). "Gerakan Literasi di Kalangan Mahasiswa sebagai Pengaruh Pembelajaran Daring (*Online*)". *Research and Development Journal of Education*, 7(2).

- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). "Perkembangan Transaksi Bisnis *E-Commerce* terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". *Jesya*, 3(2).
- Nurchabibah, R. (2021). "The Tinjauan Undang – Undang Negara Indonesia dan Etika Bisnis dalam Hukum Islam terhadap Tren Transaksi Jual-Beli *Online* pada Shopee". *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). "Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica." *EMABI : Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 10(2).
- Pahlevi, R. (2022). "Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022". *Databoks*. [https:// databoks.katadata.co.id/ datapublish/ 2022/ 02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022)
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). "Pengaruh Internet terhadap Industri *E-Commerce* dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia". *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*, 4(1).
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). "Pengaruh *Review* Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening" (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4).
- Philip Kotler & Gary Amstrong. (2008). "Prinsip-Prinsip Pemasaran". *Penerbit Erlangga*.
- Pitriani, D., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2020). "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Manajemen Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Sofyan Hotel Betawi Syariah". *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1).

- Prihantini, S., & Kamaludin, A. (2023). "Pengaruh Harga dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *JMRI: Journal of Manajement Research and Innovation*, 2(2).
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi *E-commerce*". *Jurnal Ilmu Agama*, 3(1).
- Putri, A. Y. (2022). "Pengaruh Literasi Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor (Studi Kasus Mahasiswa MBS FAI UMSU)" Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara.
- Putri, G. E. (2021). "Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* Melalui *E-Commerce*". *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Rafik, A., & Suardhita, N. (2023). "Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian di *Online Shop* Tokopedia dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Portofolio: Jurnal ...*, 2(1).
- Rahmadi. (2011). "Pengantar Metodologi Penelitian". In *Antasari Press*.
- Rahman, P. R. U., Riza, W. L., & Gunawan, R. (2022). "*Parent dan Peer Attachment* sebagai Prediktor dari Kecenderungan *Internet Addiction* pada Remaja Pengguna *Smartphone*". *Psychophedia Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 7(1).
- Ramadhana, R., & Ratumbusang, M. F. N. G. (2022). "Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee: *Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace*". *Prospek*, 1(1).
- Regina Dwi Amelia, M. dan M. R. M. (2021). "Analisis *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2).



- Rehatalanit, Y. L. . (2021). "Peran *E-Commerce* dalam Pengembangan Bisnis". *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0).
- Reza, H. K., Susanti, M., Herfianti, M., Sabri, Tambunan, D. R., Yustanti, N. V., & Yanti, R. T. (2022). "Perilaku Konsumen". In Joniswan & D. A. Suhendra .(CV. Media Sains Indonesia).
- Rica Wahyuningsih, A. E. S. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Konsumen pada Umkm Enderese Di Desa Bareng". *Jurnal Ekonomi Integra*, 11.
- Rizki, N. A. (2023). "Pengaruh *Brand Equality*, Kreativitas Iklan, Kepuasan Konsumen, terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2019)."
- Rizky, I., & Mahfudz, A. (2022). "Pengaruh *Review* Pelanggan dan Acara Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Impulse Buying Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Di Kota Semarang)". *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). "Etika Bisnis *E-Commerce* Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3).
- Sahir, S. H. (2022). "Metodologi Penelitian". In *KMB Indonesia*.
- Sari, D. P. (2021). "Pengaruh *Online Customer Review*, *E-recovery Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi oleh *Trust* pada Ayu Shop Tebing Tinggi". *Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara*.
- Sari, Y. E., Citra Savitri, & Faddila, S. P. (2023). "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi PT. BFI Finance Indonesia TBK Cabang Karawang". *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1).

- Sarwono, J. (2006). "Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif". In *Graha Ilmu*.
- Sasnita, A., Musyahidah, S., & Nursyamsu, N. (2020). "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu". *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2).
- Satiawan, A., Rahmad, S., & Maszudi, E. (2023). "Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Di Tiktok". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1).
- Septy, Hilda Tri Pur Wulan, C. C. (2022). "*Celebrity Endorsement* sebagai Strategi *Digital Marketing* pada Aqiqah Nurul Hayat Surabaya Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam". *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5.
- Shopee. (n.d.). "Tentang Shopee". *Shopee Karier*. Retrieved January 14, 2024, from <https://careers.shopee.co.id/about>.
- Sidanta, K., Christian, B., Hadi, H., Angelia, W., & Istijanto, I. (2022). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Milenial pada *E-Commerce* di Indonesia". *Indonesian Business Review*, 5(2).
- Sidik Priadana, & Sunarsi, D. (2021). "Metode Penelitian Kuantitatif". In *Pascal Books* (Vol. 6, Issue August).
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7).
- Sugiyono. (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2019). "Metode Penelitian Kuantitatif". *Alfabeta*.
- Sukmanawati, S., & Purwati, S. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Grab". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2).

- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar". *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1).
- Syahrani, M. (2023). "10 Negara dengan Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia, Indonesia Masuk Daftar!" *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-pengguna-smartphone-terbanyak-di-dunia-indonesia-masuk-daftar-fDv25>.
- Trisya Muliati, Faizal Nurmatias, & Khairul Azmi. (2021). "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House di Kota Dumai." *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Ula, T., Meiriana, D., & Tari, C. A. (2023). "Increasing Islamic Business Ethical Literacy Against Millennials in Building UMKM Businesses Meningkatkan Literasi Etika Bisnis Islam Terhadap Generasi Milenial Dalam Membangun Bisnis UMKM". *Jural Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Wahyudi, T., & R, B. H. (2019). "Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram pada Pembelian Produk *Fashion Shopee Online Shop*". *Jurnal Riset Manajemen*, 19.
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). "Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan *Review* Pelanggan *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02).
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). "Pengaruh *Online Customer Review*, *Social Media Marketing* dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalui *Marketplace*". *Jurnal Manajemen*, 14(2).

- Widyawati, B. (2019). "Peningkatan Kompetensi Literasi Bagi Peserta Didik Berbasis Penguatan Pendidikan Karakter". *Prosiding Seminar Nasional*, 1(1).
- Yamin, S. (2021). "Olah Data Statistik: SmartPLS3 SmartPLS4 Amos & Stata [Mudah dan Praktis]" . *PT. Dewangga Energi Internasional*.
- Yamin, S. (2023). "Olah Data Statistik: SmartPLS3 SmartPLS4 Amos & Stata [Mudah dan Praktis] Edisi III". *PT. Dewangga Energi Internasional*.
- Zakia Akmal, A. A. R. (2022). "Pengaruh Etika Pemasaran Islami dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Fashion Muslim E-Commerce* Shopee dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 199.
- Zubaid, M. A. (2019). "Pengaruh Perilaku Konsumen Muslim Berdasarkan Konsep Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Go-Food (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya)". *Jurnal Ilmiah Maasiswa Universitas Brawijaya*, 5.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.