

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tri Haryanto. "Survei APJII: Pengguna Internet Tahun 2025." detikinet, 2025. inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa.
- Albert Mehrabain and James A Russell. *An Approach to Environmental Psychology*. M.I.T Press, 1974.
- Ali Mustafa Yaqub. *Kriteria Halal-Haram Untuk Pangan, Obat, Dan Kosmetika Menurut Al-Qur'an Dan Hadis*. Pustaka Firdaus, 2009. https://books.google.co.id/books/about/Kriteria_halal_haram_untuk_pangan_obat_d.html?id=MsAmcgAACAAJ&redir_esc=y.
- Alkansha Berlina Eka Putri, Rois Arifin, Muh. Sirojuddin Amin. "Pengaruh Digital Marketing, Affiliate Marketing, Fear of Missing Out (FoMO), Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Facetology Pada Platform TikTok Shop (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Malang)." *JRM* 14, no. 01 (2025): 76–86.
- Andrean Kristianto. "Nilai Transaksi TikTok Shop Di Indonesia Rp 101T, Terbesar Ke-2." Bloomberg Technoz, 2025.
- Angaela Ivania Kana Pau. "Indonesia Puncaki Daftar Pengguna TikTok Terbanyak Dunia 2025." Radio Republik Indonesia, 2025.
- Anna Wulandari, Heru Mulyanto. *Keputusan Pembelian Konsumen*. Edited by Fitri Rezeki. Bekasi, Jawa Barat: PT Kimshafi Alung Cipta, 2024.
- Arista Prasetyo Adi dan Ridwan Sanjaya. *Cari Duit Dari Bisnis Afiliasi Lokal*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2015.
- Ariyanti. "Pencantuman Label Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Terhadap." *Jurnal Penelitian Ilmu Hukum* 5, no. 1 (2025): 173–83.
- Asri Nugrahani Ardianti and Widiartanto. "Pengaruh Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Journal of Creative Student Research* 1, no. 6 (2023): 199–207. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2956>.
- Astri Rumondang Banjarnahor, Bonaraja Purba, Andriasan Sudarso, Syafrida Hafni Sahir, Risma, Nurhaini Munthe, Iskandar Kato, Dyah Gandasari, Sukarman Purba, Muliana, Muhammad Ashoer, Diena Dwidienawati Tjiptadi, Hendra, Hengki Mangiring Simarmata, Richar, Hasyim. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Edited by Abdul Karim. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021. <https://id.scribd.com/document/611113036/ManajemenKomunikasiPemasaran>.
- Azizah, Nur dan Chalimatusadiah. "Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen

- Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9 (2025): 6637–43.
- Bela Shafira Hidayati. “Persepsi Konsumen Terhadap Produk Halal Dari UMKM : Dampak Terhadap Keputusan Pembelian” 4, no. 4 (2024): 619–25.
- D. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Dedi Rianto Rahadi. *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Edited by Wijonarko. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Madani, 2023.
- Dewi Komala Sari, Alshaf Pebrianggara, Mas Oetarjo. *Buku Ajar Digital Marketing*. Edited by Mahardika Darmawan K. W M. Tanzil Multazam. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press, 2021.
- Erni Irmawati and Marno Nugroho. “Pengaruh Influencer Marketing Dan Conten Marketing Dimediasi Oleh Online Customer Review Kepada Keputusan Pembelian.” *Ilmiah Manajemen, Ekonomi Serta Akuntansi* 5, no. 3 (2025).
- Eza Fahridho Putra, Husni Hasbullah, Garry Yuesa Rosyid. “Pengaruh Affiliate Marketing, Online Customer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce TikTok-Tokopedia (Studi Gen Z Di Kota Jambi Yang Menggunakan Aplikasi TikTok).” *Neraca, Manajemen Ekonomi* 17, no. 3 (2025).
- Fabian, Vincent, and Ronny Samsul Bahri. “The Influence of Online Customer Review , Rating , Service , and Price on Repurchase Intention at Shopee.” *International Research Journal of Economics and Management Studies* 4, no. 2 (2025): 131–37. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V4I2P114>.
- Fauzi, Achmad, Adi Wibowo, Noor Fikri, Arif Marhadi, and Bagas Arif Prabaswara. “Kejahatan Penipuan Jual Beli Online Melalui Media Sosial” 4, no. 6 (2023): 968–74.
- Fify Alayfia, Lutfi, Diqbal Satyanegara. “Pengaruh Online Customer Review Dan Halal Awareness Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Tabel Data Top Brand Index Produk Lipstik Wardah Tahun 2020-2024 :” *Ekonomika* 45 12, no. 2 (2025).
- Hidayati, Nur Laili. “Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 06 (2018): 77–84.
- Idrus, Salim Al. *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian*. Edited by Amirullah. Cetakan 1. Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- Intan Nirmala Sari. “Sejarah TikTok Dari Aplikasi Negeri Panda Hingga Mendunia.” [Katadata.co.id](https://katadata.co.id), 2023. <https://katadata.co.id/amp/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok->

dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia.

Istiqamah, Nur Hidayatul. “Transformasi Pemasaran Tradisional Ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis” 2, no. 4 (2023): 31–41.

Jefferly Helianthusonfri. *1 Juta Rupiah Pertama Anda Dari Affiliate Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.
https://books.google.com/books/about/1_Juta_Rupiah_Pertama_Anda_Dari_Affiliat.html?hl=id&id=VuVyDwAAQBAJ.

“Kementrian Agama R.I, Al-Qur’an Dan Terjemahnya,” n.d. <https://quran.com/id>.

“Kumpulan Hadis Tentang Kejujuran Dalam Islam.” [fiqihmuslim.com](https://www.fiqihmuslim.com). Accessed November 17, 2025. <https://www.fiqihmuslim.com/2017/10/hadits-tentang-kejujuran.html?m=1>.

Lingga Erlambang Agusty dan Aminullah Achmad Muttaqin. “Analisis Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Persepsi Atas Produk Halal Dalam Pembelian Kosmetik Halal.” *Islamic Economics And Finance In Focus* 1, no. 4 (2022): 373–87.

Mahardi, Yoan Firdaus, Dadang Karya Bakti, and Prasetya Nugeraha. “Pengaruh Bahan Baku Halal Dan Persepsi Halal Terhadap Minat Pembelian Menu KFC Di Bandar Lampung Dengan Country of Origin Sebagai Variabel Mediasi.” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 8, no. 2 (2025): 452–64.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1075>.

Mia Adisty Amin dan Lucky Rachmawati. “Pengaruh Label Halal, Citra Merek Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3 (2020): 151–64.

Miyamoto, Kensuke. “The ‘ Growth Triangle ’ and the Labor Market of Japanese-Affiliated Enterprises on Batam Island” 40 (2011): 1–14.

Moch. Khoirul Anwar, A’rasy Fahrullah and Ahmad Ajib Ridlwan. “The Problems Of Halal Certification For Food Industry In Indonesia” 9, no. 8 (2018): 1625–32.

Muhammad Faishol. *Affiliate Marketing Syariah*. Edited by Erye Team. 1st ed. Kediri: CV Kreator Cerdas Indonesia, 2024.

Muharmi, Habibah, Dessy Kurnia Sari, Universitas Andalas, Limau Manis, and Kota Padang. “Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Behavioral Intentions Dengan Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen & Bisnis Indonesia* 9 (2019): 128.

Munandar, Aris, and Ahmad Hasan Ridwan. “Tafsir Surat An- Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba ’ i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online” 7, no. 1 (2023): 271–87.

- Munir, Muhammad Syahrul, Juwita Wati, Retno Wulan, and Santi Bintara Wati. "Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di TikTok Shop." *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 2 (2025): 5092–97. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1390>.
- Natalia Ririn Furadantin. "Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018," 2018, 1–8.
- Nisa, Ananda Hulwatun, Hidayatul Hasna, Linda Yarni, Universitas Islam, Negri Sjech, and M Djamil Djambek. "Persepsi" 2, no. 4 (2023): 213–26.
- Nisa, Tamara Alfira, Leli Deswindi, and Ahmad Maulidizen. "Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Aplikasi Tokopedia." *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 2 (2022): 38–52. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i2.607>.
- Nur Aisyah and Arwin Sanjaya. "Persepsi Halal, Harga, Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Jajanan Korea Pada UMKM Dokkebi_Koreanhotdog." *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL* 11, no. 3 (2023): 164. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v11i3.10876>.
- Nurafridha, Meisya Regita. "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kembali Produk." *Management Business Innovation Conference V1i3.48* (2023): 141–50.
- Pardosi, Michael Jordan. "Pengaruh Shopee Affiliate Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta)." *Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2025): 13–23.
- Patimah, A.Siti, Muh. Arafah, and Musrini Muis. "Pengaruh Konten Affiliate Marketing Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah* 07, no. 01 (2025): 1–13.
- "Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (Jiwa)." Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya, 2025.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edited by Wibi Hardani Adi Maulana, Devri Barnadi. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2017.
- Putri, Gina Eka. "Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce," 2021.
- Putri, Latifa, and Harimukti Wandebori. "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review." *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* 1 (2016): 255–63.
- Rachmat Hendayana. *Persepsi Dan Adopsi Teknologi*. Jakarta: IAARD PRESS, 2016. <https://www.slideshare.net/slideshow/ebook-persepsi-dan->

adopsirachmat-hendayanapdf/267701987.

- Rahmad Solling Hamid and Suhardi M Anwar. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edited by Syahrani. Antasari Press, 2011.
- Rahmi Meutia, Riny Chandra, Rahmad Tantawi, Zulkarnen Mora, Rahmat Maulidan. “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal.” *Pajak Dan Bisnis* 6, no. 1 (2025): 132–38.
- Risya Ramdhana, Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuysang. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace,” no. Prospek I (2022).
- Rizal Ula Ananta Fauzi dan Zakia Intan Dyah Permata. *Analisis Keputusan Pembelian*. Kalimantan Selatan: Ruang Karya, 2023.
- Sapiudin Shidiq. “Fiqh Kontemporer.” Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Saputra, Andi, and Chandra Satria. “Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar Di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang),” n.d., 141–58.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online*. Edited by Dhiraj Kelly Sawhani. 1st ed. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Shinta, Nadi Patala, Ayun Maduwinarti, and Ute Chairuz M Nasution. “Pengaruh Affiliate Marketing Dan Online Customer Reviews TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z.” *Dinamika Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2024): 44–52.
- Spence, Michael. “Job Market Signaling.” *Oxford University Press* 87 (1973): 356–74.
- Suthia, Rina, Monisa Angelia, Afrima Widanti, and Febzi Fiona. “Online Purchase Intention on Halal Cosmetic Products in Indonesia.” *Business and Economics* 2, no. April (2023): 38–45.
- Sutrisno. “Tinjauan Hukum Atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) Dalam Platform Perdagangan Elektronik.” *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3 (2025): 1741. https://www.researchgate.net/deref/https%3A%2F%2Fdoi.org%2F10.61104%2Falz.v3i3.1519?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19.

- “Tafsir Al-Qur’an Dan Hadits,” n.d. <https://quranhadits.com/quran/2-al-baqarah/al-baqarah-ayat-282/>.
- “Tafsir Ibnu Katsir,” n.d. <http://www.ibnukatsironline.com/2015/10/tafsir-surat-al-hujurat-ayat-6-8.html>.
- “Tafsir Ibnu Katsir,” n.d. <http://www.ibnukatsironline.com/2015/06/tafsir-surat-yusuf-ayat-70-72.html>.
- Taufan Andrean Stefanus, and Riris Loisa. “Pengaruh Selebgram Endorser, Online Consumer Review, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Brand Byoote).” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2021, 600–605.
- Tukidi, Tukidi, Ida Adhani, and Rizca Maulida Antika. “Pengaruh Content Marketing Tiktok Affiliate, Live Streaming Dan Diskon Harga Di Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Di Jakarta Selatan).” *Management Research and Business Journal* 1, no. 2 (2024): 103–19. <https://doi.org/10.64237/mrb.v1i2.51>.
- “Undang-Undang (UU) No. 33 Tahun 2014.” peraturan.bpk.go.id, 2014. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: ANDI, 2004.
- Yamin, Sofyan. *Olah Data Statistik: SmartPLS3 SmartPLS4 Amos & Stata (Mudah & Praktis)*. Depok: PT. Dewangga Energi Internasional, 2021.
- Yochi Elanda dan Ainur Rizki. “The Impact Of Product Halal Perception On Consumer Purchasing Decisions In Medan City.” *Journal of Economic, Business And Accounting* 8 (2025): 14–29.
- Yola Adriana dan Syaefulloh. “Pengaruh Influencer Marketing Dan Affiliate Marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Online Customer Review Tas Perempuan Di Shopee Affiliate (Studi Kasus Pada Gen Z Di Kota Pekanbaru).” *Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17, no. 6 (2023): 3993–4016.
- Zaerofi, Afif. “Pengaruh Label Halal, Online Promotion Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian.” *Ekonomi Dan Bisnis Islam* 8, no. September (2024): 245–54. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i02.7373>.
- Zan Mo, Yan-Fei Li, Peng Fan. “Effect Of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior.” *Journal of Service Science and Management* 8 (2015): 419–24. https://www.researchgate.net/publication/281336246_Effect_of_Online_Reviews_on_Consumer_Purchase_Behavior.
- Zia Ul Haq. “Affiliate Marketing Programs : A Study of Consumer Attitude towards Affiliate Marketing Programs among Indian Users.” *International Journal of Research Studies in Management*, no. July (2015). <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2012.v1i1.84>.

Zuhri, Saifuddin, and M Aktsar Al Mubarak. "Pengaruh Online Customer Review, Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di TikTok Shop." *Journal of Management and Accounting* 6, no. 1 (2023).

Zulkarnain, Rizal, and Agus David Ramdansyah. "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*, 2020.