

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Wisnu Rayhan, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Di Kota Medan Pada Aplikasi Shopee," *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3.2 (2021), 142–61 <<https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.142-161>>
- Agustini, Ni Kadek Devi Aprillia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.1 (2017), 127–36 <<https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19997>>
- Alfarizi, Irfan, "Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Bisnis" (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019)
- Arif, Nur Rianto Al, *Teori Mikro Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2010)
- Artaya, I Putu, dan Tubagus Purworusmiardi, "Efektifitas Marketplace shopee dalam Meningkatkan Konsentrasi," 2019, 1–11 <<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>>
- Assadurachman, Afif, "Marketplace Shopee Barang Bekas Kos," *Jurnal Riset Bisnis*, 11.1 (2017)
- Gaus, Favian Muhammad, dan Adhi Prasetyo, "Analisis Perbandingan Brand Equity Jual Beli Online pada Aplikasi Tokopedia dan Shopee di Kota Bandung," *Permana Jurnal Perpajakan Manajemen dan Akuntansi*, 13.2 (2021), 150–62 <<https://doi.org/10.24905/permana.v13i2.196>>
- Herdioko, Jonathan, dan C.V. Karisma, "Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16.2 (2022) <<https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.395>>
- Kotler, P., dan G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 12 ed. (Jakarta: Erlangga, 2013)
- Lamusara, Dina Mahudia, Thalhah Thalhah, Dety Aryani Relubun, dan Rosna Kurnia, "Penggunaan Akad As-Salam Dalam Jual Beli Online Sistem Dropshipping Di IAIN Ambon," *AMAL: Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)*, 4.1 (22M), 77–88 <<https://doi.org/10.33477/eksy.v4i01.3222>>
- Machmudah, Rifa'atul, "Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah (studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)" (Semarang: Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2019)
- Madnasir, dan Khoirudin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Lampung: IAIN Lampung, 2012)

- Masruroh, “Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnise- Commerce Melalui Marketplace (Studi Kasus Marketplace Shopee.co.id),” *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 2.2 (2020), 1–16
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)
- Murjiati, Wahyu, “Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo,” *DINAMIS: Journal of Islamic Mangement and Bussines*, 4.1 (2021), 47–44
- Musa, Arbi, *Preferensi Konsumen dalam Berbelanja pada Online Shop* (Jambi: UJ, 2021)
- Narimawati, Umi, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi* (Bandung: Agung Media, 2008)
- Navis, Mar’atus Syawalia, “Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Permodalan” (Malang: Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2015)
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur, *Konsep Distribui dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013)
- Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013)
- Parengkuan, Stephanie, dan Nina Nurhasanah, “Analisis Komparatif Preferensi Konsumen dalam Belanja Online,” *Journal of Economic*, 12.2 (2021), 192–202
<<https://doi.org/10.47007/jeko.v12i02.4345>>
- Pratama, Gama, “Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19,” *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1.2 (2020), 21–34
- Pribadi, Wikan, *Blog Peneur: Menjadi Enterpreneur dan Mengembangkan Bisnis Lewat Blog* (Jakarta: Bukune, 2009)
- Putri, Sarasidya Tritono, dan Mohammad Hanafi Holle, “Pengaruh Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Pelangi Perspektif Manajemen Bisnis Syariah,” 4.1 (2022)
<<https://doi.org/10.33477/eksy.v4i01.3224>>
- Roliansyah, Arhadian, “Analisis Perbandingan Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee pada Masa Pandemi Covid 19” (Bengkulu : Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno, 2022)
- Sabila, Adinda Rizki, dan Lia Kusumaningrum, “Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Tangerang 2020),” *JI-Tech: Jurnal Ilmiah*

Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT, 16.2 (2020), 72–80

Sabila, Radisty, *Analisis Perbandingan E-Commerce Shopee dan Tokopedia* (Jakarta: Universitas Pancasila Srengseng Sawah Jagakarsa, 2022)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022)

Supriyanto, A., I.F. Chikmah, K. Salma, dan A.W. Tamara, “Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?,” *In BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1.1 (2023)

Syam, Siti Aldhawaty, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Zainal Ruma, Muhammad Ichwan Musa, dan Siti Hasbiah, “Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace,” *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 18.2 (2022), 73–79
<<https://doi.org/10.26714/vameb.v18i2.10442>>

Tusanputri, Alyasinta Viela, dan Amron, “Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian,” *FORUM EKONOMI*, 23.4 (2021), 632–39
<<https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10213>>

Yusuf, Muhammad, dan Ahmad Yusuf, *1 Jam Membuat Toko Online dengan JoomlaVirtuemart* (Yogyakarta: Expert, 2012)