

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A. S., Mulyatini, N., & Yulia, L. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN BELANJA ONLINE DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP MINAT BELI DI TOKOPEDIA (Suatu Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis). *Business Management and Enter*, 4, 102–110.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Chairunnisa, S., Juanna, A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(2), 825–833. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16578%0Ahttps://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/16578/5239>
- Dean Amri, A., Sherna, P., Putri Marpaung, A., Mariatul Kiptiah, A., Zulfikar, B., Alfarizie HSB, N., & Aqsal Safatullah, R. (2023). The Influence of Islamic Branding, Halal Awareness, and Product Ingredients on Purchasing Decisions of Cosmetic and Skincare Products "The Influence of Islamic Branding, Halal Awareness, and Product Ingredients on Purchasing Decisions of Cosmetic and Skin. *Journal of Sharia Economics with CC BY SA License*, 5(1), 70–77. <http://journal.iaialhikmahtuban.ac.id/index.php/JSE>
- Ediyanto, E., & Minullah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Listrik Pada Dealer Cv Jaya Terang Di Situbondo. *Growth*, 21(2), 473. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i2.3976>
- Enggrani, L. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan Komitmen Hubungan Terhadap Ekuitas Merek Dan Citra Bank Syariah Xyz Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 1(3), 171–182.

<https://doi.org/10.22437/jmk.v1i3.1835>

Firnando, O., Novita, D., & Ahluwalia, L. (2005). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (SURVEY PADA KONSUMEN PT INTI BHARU MAS LAMPUNG)*. x(x), 31–37.

Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 21(1)*. www.antaranews.com

Khairunnisa Ginting, A., & Harahap, K. (2022). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA LIVE STREAMING MARKETING SHOPEE LIVE (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). *JOSR: Journal of Social Research Juli, 2022(8)*, 500–506. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>

Lubis, P., Widiastuti, F., & Parnawi, A. (2024). *Impact Analysis Of Social Media , Brand Image , Quality Of Coffee Drinking Products Influence Purchase Decisions In Islamic Economic Perspective. 04(01)*.

Maharani, A. dhiah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah tabungan Bank Mega semarang. *Navigation*, 129.

Nurdiwati, D., Sumantri, B. A., Editor, L., & Wihara, D. S. (n.d.). *No Title*.

Pamuji Nugroho, T. S. (2022). Analisis Komponen Biaya Terhadap Pendapatan Bisnis Online Shop (Studi Kasus Pada Bisnis Online Shop Kota Surakarta). *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka, 2(2)*, 49–55. <https://doi.org/10.33319/jamer.v2i2.60>

Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam, 8(1)*, 96–124. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>

Rusdiana, L., Rafiqi, & Ridhwan. (2023). Pengaruh Metode Pembayaran PayLater

- dan Cash On Delivery (COD) Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 3025–1192.
- Saefuloh, D. (2020). Rekognisi Terhadap Peluang Bisnis Online Melalui Media Sosial dan Hubungannya dengan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 12–23. <https://doi.org/10.31940/jbk.v16i1.1827>
- Samigaluh, K., Samigaluh, K., & Kulon, K. (2020). *Strategi pengembangan pemasaran agrowisata bukit tanggulangsi kulon progo*. 431–447.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3674>
- Sitorus, C. V., Maolana, A., & Se, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandug Tahun 2019 the Influence of Brand Image and Product Quality Towards Purchase Intention Buying Iphone in Bandung 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 637–644.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Tilaar, F., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2018). Pengaruh kepercayaan, dan motivasi terhadap minat beli pengguna shoppe secara online pada anggota pemuda gmim zaitun mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037.