

DAFTAR PUSTAKA

- Ad-dimasyqi, Al-Imam Abdul Fida Isma'il Ibnu Katsir. (2005). *Tafsir Ibnu Katsir*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Al-Qarni Aidh. (2007). *Tafsir Muyassar*. Jakarta: Qisthi Press.
- Arifudin, Rani Rifani. (2018). *Pengaruh Personal Selling dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi PT. QBE General Insurance Indonesia*. Makassar: Universitas Hasanudin.
- Arimbi, Dea Febi. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen*. Yogyakarta: Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Ashal, Farid Fathony. (2016). *Keudukan Akad Tijarah dan Akad Tabarru' dalam Asuransi Syariah*. Universitas Ar-Raniry Banda Aceh. Aceh.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaffey, Dave. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Davis Tjiptono, Gregorius Chandra. *Service, Quality and Satisfaction*, edisi 3, (Yogyakarta: Andi, 2011)
- Departemen Agama RI. (2011). *Al-Hidayah Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*. Jakarta: Kalim.
- Faedah. (2016). *Perngaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea di Samarinda*. Ejournaln Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 4, No. 1, 2016.
- Ferdinand, Augusty. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Univeritas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Heidrick and Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga: Jakarta.
- Hidayat, Mohammad. (2010). *An Introduction to the Sharia Economic*. (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010)
- Hidayati, Tri Asih. Sharyono. Fanani, Dahlan. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis.
- Kurnisari, Meatry. Budiarmo Agung. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donnuts & Coffee Semarang*. Semarang: Jurnal Administrasi Bisnis.
- Kotler, Phillip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip. Amstrong, Garry. (2012). *Principles of Marketing Global 14th Edition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, Phillip. Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management 15th Edition/Global Edition*. England. Pearson.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi Keduabelas). Jakarta: Erlangga.
- Kristo, Ryan. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia: Jakarta.
- Kusnadi, Maudi V. (2018). *Pandangan Ekonomi Islam Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar)*. UIN Alaudin Makassar.
- Maghfiroh, As'alul. Zainul, Arifin. Sunarti. (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian*. Malang: Universitas Brawijaya.

- Nulufi, Kris. (2015). *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Nur Cahyo, Afan. (2018). *Pengaruh Harga Kompetitif, Pemasaran Digital dan Kualitas Pelayan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Fiber*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Ompusunggu, Widya Cicilia. (2018). *Pengaruh Produk, Distribusi dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean POP*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *JIBEKA*, 11 (2), 46-53
- Prasetya, Harwindra Yoga. Nurmahdi, Adi. (2015). *Pengaruh Kegiatan Pemasaran Digital dan Perilaku Online Konsumen Pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Via Website*.
- Riofita, Hendra. (2013). *Sistem Ekonomi Islam*. Pekanbaru: PT.Sutra Benta Perkasa.
- Santoso, Singgih. (2012). *Analisis SPSS Pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, hal. 2
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.