

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2017. Departemen Agama Republik Indonesia. Syamil Qur'an
- Al-Dmour, R. (2017). *The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case*. *Asian Social Science*; Vol. 13, No. 11; 2017, 165.
- Amalia, R. (2017). *Pengaruh Kepribadian, Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian Online* di Kota Makassar. 90.
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Www.Traveloka.Com*. *e-Proceeding of Management* : Vol.3, No.2 Agustus 2016, 1886.
- Anto, Hendrie. (2003). *Pengantar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisa.
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII*. Retrieved from Penetrasi Penggunaan Internet Q2 (2019-2020): <https://apji.or.id> diakses 13 Februari 2021
- APJII: 1967 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet. *Transformasi Digital yang masif akibat pandemi covid-19 (2020)*. *Teknologi Bisnis*. Leo Dwi Jatmiko.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apji-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet> diakses 13 Februari 2021
- Chou, S. Y., Picazo-Vela, S., & Pearson, J. M. (2013). *The Effect of Online Review Configurations, Prices, and Personality on Online Purchase Decisions: A Study of Online Review Profiles on eBay*. *Journal of Internet Commerce*. *Journal of Internet Commerce*, 12:131–153, 2013, 149-150.
- Dwi, Muhammad Nopran. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Online Shop Shopee.id Di Kota Yogyakarta)*. *Jurnal Penelitian*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Elsa, Ratika (2012). *Konsep Pembinaan Kepribadian Muslim Menurut Muhammad Iqbal*.
- Erdawati. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee.id.. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3).
- Farahdina, Meinar. (2020). *Konsep Kepribadian Muslim Menurut Prof. Dr. Hamka dalam Buku Pribadi Hebat dan Aplikasinya dalam Pendidikan Islam*.

- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Deepublish.
- Hemanth, J. e. (2018). *International Conference on Intelligent Data Communication Technologies and Internet of Things (ICCI) 2018*. Europe: Springer Nature Switzerland AG. https://books.google.co.id/books?id=E_SADwAAQBAJ&pg=PA514&lpg=PA514&dq=Identifying+discriminating+variables+of+online+and+offline+buyers:+A+perceived-risk+approach,%E2%80%9D+Proceedings+of+the+6+th+Americas+Conference+on+Information+Systems,&source=bl&ots diakses 12 Januari 2021
- Ismail Nurdin, S. H. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia. https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ&pg=PA91&dq=populasi+adalah+metodelogi+penelitian&hl=jv&sa=X&ved=0ahUKEwi94YnFta_pAhXK73MBHSiED7MQ6AEIajAH#v=onepage&q=populasi%20adalah%20metodelogi%20penelitian&f=false diakses 18 Maret 2021
- Kadir, H. A., Syarifuddin, Wahba, A. R., & Nining. (2018, 8 4). *Pengaruh Faktor Gaya Hidup, Kelas Sosial, dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Matic Mio Sport di Palu*. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5.
- Katadata.com. *Pengunjung Situs Shopee.id.id Terbesar di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-Shopee.id.id-terbesar-di-indonesia#> diakses 19 Maret 2021
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: NEM. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAAQBAJ&dq=faktor+faktor+yang+mempengaruhi+keputusan+pembelian&source=gbs_navlinks_s diakses 27 Februari 2021
- Lestari, Andriyani. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Di Kota Makassar*.
- Merdeka.com. (2020). *Riset: Ada Pandemi, Produk Fesyen Terbanyak Dibeli Melalui E-Commerce di Kuartal III*. Merdeka. <https://www.merdeka.com/uang/riset-ada-pandemi-produk-fesyen-terbanyak-dibeli-melalui-e-commerce-di-kuartal-iii.html> diakses 18 Maret 2021
- Meryana, L. L. (2017, Oktober). *Effect of Trust and Easy on Decision Online Purchase toward Special Fashion Products*. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 6(10), 717.
- Muljono, Ryan K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Muslihah, Fasihatul. (2017). *Pengaruh social media marketing instagram terhadap keputusan pembelian produk fashion dalam pandangan islam.*
- Nomiasari, Fitri. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.*
- Nurbaya. (2012). *Pembentukan Kepribadian Muslim Melalui Pendidikan Islam dalam Keluarga di Kel. Banyorang Kec. Tompobulu Kab. Bantaeng.*
- Paendong, M., & V.J.T, M. (2016). *Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartren di Galeri SmartFren Cabang Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(04).*
- Rosyida, S., & Nadhira, A. (2019). *Islamisasi Teori Konsumsi Masyarakat Muslim Modern. Jurnal Islamika, 19(1).*
- Rukajat, Ajat (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach.* Deepublish: Yogyakarta. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=1pWEDwAAQBAJ&pg=PA54&dq=Kuesioner+merupakan+teknik+pengumpulan+data+yang+dilakukan+dengan+cara+memberi+seperangkat+pertanyaan+atau+penyataan+tertulis+kepada+responden+untuk+dijawabnya&hl=jv&sa=X&ved=0ahUKEwjxoMzrj8HpAhV diakses 01 Maret 2020>
- Rumondang, Astri, dkk. (2020) *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen.* Yayasan Kita Menulis: Medan. https://books.google.co.id/books?id=WW_6DwAAQBAJ&pg=PA21&dq=perilaku+pasca+pembelian+kotler&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwjXzomzwNfvAhWOOb30KHSCxDkUQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=perilaku%20pasca%20pembelian%20kotler&f=false diakses 15 Februari 2021
- Saifurrahman. (2016). *Pembentukan Kepribadian Muslim dengan Tarbiyah Islamiyah. Jurnal Penelitian Tarbiyah Islamiyah, 1(1).*
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan, Keinginan Konsumen.* Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Salam, F. R. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM di Kecamatan Secangkang Kabupaten Langkat.*
- Setiawan, Yunit . (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Jual Beli Shopee*
- Sugiarto, Dergibson (2006). *Metode Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=saZED8D4mpsC&pg=PA259&dq=koeffisien+determinasi&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjYs8OCg7zpAhXVbCsKHWT6CWAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=koefisien%20determinasi&f=false diakses 28 Januari 2021>

- Suryadharma, I. K., & S, I. W. (2014). *Pengaruh Variabel Sosial, Kepribadian, Kontrol Diri, Jenis Kelamin, Dan Uang Saku Terhadap Keputusan Belanja Onlinereaja Di Kota Denpasar*. 1236.
- Tjiptono, F., & D, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Widokarti, Joko. R., & J.P., D. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Konteporer*. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal*. Sumatra Barat: INSAN CENDEKIA MANDIRI. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Ic8OEAAAQBAJ&pg=PA13&dq=E-commece+adalah+suatu+aktivitas+penyebaran&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiO4biK8NTvAhUSyTgGHTvNBjkQ6AEwBXoECAkQA#v=onepage&q=E-commece%20adalah%20suatu%20aktivitas%20penyebaran&f=false>
- Y.B, Anang (2013). *Sukses Bisnis Toko Online*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=NJBeDwAAQBAJ&pg=PA19&dq=belanja+online&hl=jv&sa=X&ved=0ahUKEwiBjKbH1YroAhUGWCsKHQZcAiAQ6AEIQzAD#v=onepage&q=belanja%20online&f=false>
- Yazid. (2005). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi Edisi 2*. Jakarta: Ekonomisia.
- Yuniarti, Yenni. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Semi Humaniora*, 18(1).