

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Kementerian Agama*. (n.d.). Retrieved from <https://quran.kemenag.go.id/>
- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Agustina, L., Fayardi, A. O., & Irwansyah, I. (2018). *Online Review: Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-commerce*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(2), 141–154. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i2.1320>
- Ahmad, S., & Hotimah, H. (2018). Hoaks Dalam Kajian Pemikiran Islam dan Hukum Positif. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 5(3), 291–306. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v5i3.10366>
- Alghifari, A.f., dan Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif Jurnal Manajemen*, 15(2), 223–236.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Tokpedia. *Volume5, Nomor2*.
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Anjani, K. P. D., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan. *Widya Amrita*, 1(1), 115–125. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1155>
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Baharuddin, Said, H. A., Sari, I., Syam, F. O., Anugerah, T., & Fatimah, P. I. (2022). Pengaruh Persepsi Dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Stiem *Jurnal Manajemen ...*, 5(1), 33–54. <https://nitromks.ac.id/ojs/index.php/JMPKN/article/view/46%0Ahttps://nitromks.ac.id/ojs/index.php/JMPKN/article/download/46/46>

- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevation. *Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevation*, 10(2), 133–148.
- Bhatti, A. (2018). Science Arena Publications International journal of Business Management Sales Promotion and Price Discount Effect on Consumer Purchase Intention with the Moderating Role of Social Media in Pakistan. *International Journal of Business Management*, 3(4), 50–58. www.sciarena.com
- Bima, I., Nurfarida, I. N., & Sarwoko, E. (2021). Determinan keputusan pembelian di Shopee: online customer review, brand image dan promosi. *Management and Business Review*, 5(2), 239–250. <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.5554>
- Birky Y. Kumesan, Rudy S. Wenas, & Jane G. Poluan. (2021). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen di Restoran Cepat Saji Richeese Factory. *Jurnal EMBA*, Vol.9 No.4 Oktober.
- Cahyani, I. A. (2020). Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Produk Good Day. *Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Daulay, R., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*(e-ISSN: 2797-9679).
- Debora, R & Heryanto, M. (2015). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Konsumen. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 2(2), 1689–1699.
- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri*, 3(1), 139–142.
- Eksananda, A. A., & et al. (2021). Consumer Price Perception on Buying Interest. *International Journal of Economics, Management, Bussiness and Social Science (IJEMBIS)*, Volume 1, Issue 3, September.
- Fenomena Gaya Hidup di Kalangan Masyarakat*. (2019, Oktober). Retrieved from https://www.kompasiana.com/nzzaki_17/5dae80420d82305b9065ed52/fe-nomena-gaya-hidup-hedon-di-kalangan-masyarakat Kompasiana:
- Firjatullah. (2020). *Pengguna Telepon Pintar di Indonesia Tahun 2016-1*, 95–110.
- Ghazali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haniscara. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya*. 5(1996), 6.
- Hasanah, U. (2018). Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 162–173.
- Heriyana. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi pada Mahasiswa STIE Rahmadiyah Sekayu). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 33–39.
- iPrice Group*. (2021). Retrieved from [iPrice.co.id: https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/](https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/)
- Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kamaluddin, M. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *AKRAB JUARA*, 3(2). <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127>
- kompas.com*. (2021). Retrieved from Jangan tertukar, ini pengertian Generasi X,Z, Millenial, dan Baby Boomers: <https://kompas.com>
- Kotler dan Keller. (2009). *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. . (2012 : 125). *Marketing Management (14th ed)*.
- Kusumawati, S. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19 PADA MASYARAKAT MILLENIA DI JAWA TENGAH Dyah. *Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1–9.
- Kuswibowo, & Murti. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(1), 53–61. <https://doi.org/10.30988/jmil.v5i1.726>
- Latipah, R., Fitriani, L. K., & Masrurroh, R. (2017). Pengaruh Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Sandal dan Sepatu Bata . *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*, Volume 13 No. 3 Februari.
- Lombogia dan Santoso. (2021). *Aplikasi Streaming Musik Online Youtube Pada Generasi Milenial*. 9(1).

- Marwani, & Maulana, A. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan terhadap Minat beli sepatu vans (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 6, No. 3, 2021 Agustus, 605 - 619 .
- Maulana, R. P. N., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian pada Bunga Swalayan Sampang. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(01), 74–83. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i01.417>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(2), 508–516. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Mayasari, H., & Patmawati. (2019). Pengaruh Iklan Internet , Celebrity Endorder dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli pada Shopee di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, VOL. 10 NO, 1–10. <https://ojs.unitas-pdg.ac.id/index.php/manajemen/article/view/543/355>
- Mei Liana, Tri Melda, Purba, D. R. (2021). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Harga dan Media Sosial terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 6(4), 143–149.
- Mileva & Millianyani. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1).
- Mochtar, A. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli BTS Meal di Mcdonald’s (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Program Studi Manajemen UNISMA 2017). *Jurnal Riset Manajemen*, 43–54.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 41–54. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1772>
- Naqiah, Z., Itang, & Sunardi, D. (2019). Perspektif islam tentang pengaruh kepribadian dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Uin Banten*, 20(2), 185.
- Nasution. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1),

43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2380–2406.
- Pardede dan Haryadi. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Business & Applied Management*, Vol. 10 No.
- Pelupessy, M. M. (2018). Analisis Pengaruh Promosi dan Harga terhadap keputusan pembelian Besi Putih di Kota AMBON (Studi Empiris pada Toko Besi Putih Asli (Khas) Maluku Di Kota Ambon). *Jurnal SOSOQ*, 6(1), 108.
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Pramesty, D. W., & Simanjuntak, M. (2020). Intergerational Self Concept, Life Style, Marketing Strategy, and Impulsive Buying. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 13(1), 87–98. <https://doi.org/10.24156/jikk.2020.13.1.87>
- Pratama. (2022). *Pengaruh Promosi Big Sale dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Anak Muda di Kabupaten Tanggamus*. 3(1), 1–9.
- Prawira, Y. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan*. 12(2007), 703–712. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Priansa. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*.
- Putra, E. (2020). PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.298>
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137–144. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84>
- Qing, P., & et al. (2016). The impact of lifestyle and ethnocentrism on consumers' purchase intentions of fresh fruit. *Journal of Consumer Marketing*, Volume 29 · Number 1.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 17(2), 139–145.

- Riris Eka Atsila, Siti Saroh, D. K., & Jurusan. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Online Consumer Review, Dan Integrated Marketing Communication Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ghealshy Shoes). *Jiagabi*, 9(1), 35–42.
- Rosdiana. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Royani, S. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Lexi pada CV. Hans Jaya Motor Sumedang. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 02(01), 181–188.
- Sanjaya, C., & Candraningrum, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Non Star Seller. *Prologia*, 5(2), 369. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10216>
- Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jvp/article/view/11>
- Sihombing, E. (2021). *terhadap minat pembelian mobil merk Wuling di Kota Jambi*. 9(3), 149–162.
- Simangunsong, R. M., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1, 131–149. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/sosialpolitik/article/download/413/497/3014>
- Simarmata, M. Y., Taufik, E. ., & Damarwulan, L. M. (2021). Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Pendahuluan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 5(1), 33–47.
- Sombolongi, J. T. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli. *Manajemen & Kewirausahaan*.
- Suganda, U. K., Hapsari, M. S., Tawakal, M. I., & Roespinoedji, D. (2021). The Influence of Brand Image, Trust, On Buying Interest in E-Wallet ‘Ovo’ In Bandung City.’ *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 943–948. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.05.91>
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitaif dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Kedua ed.)*.
- Suharno. (2010). *Marketing in Practice. Edisi Pertama. Graha Ilmu*. Yogyakarta.
- Sukmawati, B. S. N., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3354–3363.
- Sulaiman, E., Hermawati, W., & Uun Kurniasih, U. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Kota Cirebon. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 16(2), 49–55.
- Supriyanto, S. dan. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA SATE TAICHAN BANJAR D' LICIOUS) Ellysa. *Operations & Supply Management*, 12th Edition, 2(1), 51–60.
- 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.
- Tjiptono, F. (2007). *In Strategi Pemasaran (Edisi Kedu)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Penerbit Andi.
- Tondang. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Pekanbaru. *JOM FISIP, Vol. 6: Ed.*
- Wahyuni, A. D., & Dahmiri, D. (2021). Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen Di Marketplace Shopee Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 29–41. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12384>
- Widhiani, A. (2018). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Situs Bukalapak. *JOURNALOFMANAGEMENT, Volume 7, Nomor 2*.
- Yusditara, W., Damanik, H. M., Purba, M. L., & Samosir, H. (2022). Analisis Dampak Gratis Ongkos Kirim Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(1), 124–128.
- Zano, B. R., & Santoso, T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Agora*, 7(1), 48–60.