

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya*. 2021. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Aini, Zahratul. 2013. Hubungan citra merek kosmetik Wardah terhadap keputusan membeli konsumen pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Amilia, S., & Asmara, M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1).
- Amron, A. 2018. The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*. Vol. 14, No. 13.
- Andy, Sernovitz. 2009. Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition). New York : Kaplan Publishing.
- Anggraeni, Maya. 2016. Pengaruh Persepsi Label Halal, Citra Merek, dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Produk. [Skripsi]. Fakultas Ekonomi, UNY, Yogyakarta.
- Anto, Hendrie. 2003. Pengantar Ekonomi Islam. Yogyakarta: Ekonisa.
- Arifin, Afdahal Anan. 2018. Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Pada Pt. Suracojaya Abadimotor Cab. Antang. [skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- As Shan'ani, Subulus Salam terj. Abu Bakar Muhammad Jilid III (Surabaya: Al Ikhlas, 1995), 395.
- Basri, Nur A'mirah Hassan. 2016. Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 222, 324 – 331.
- Bordbar, F. 2016. The Effectiveness of Website Design in Higher Education Recruitment. *A Project submitted to Southern Utah University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Professional Communication*, 8.

- Dapas, Chendy Christy, dkk. 2019. The effect of service quality and website quality of zalora.com on purchase decision as mediated by purchase intention. *Quality - Access to Success*. Vol. 2, No. 169.
- Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), h. 338
- Edi, Sarwo. 2013. Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, Dan Asosiasi Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. [skripsi]. Fakultas Ekonomi, UNS, Semarang.
- Edress, Munichy Bachroon. 2010. Konsep Arsitektur Islami Sebagai Solusi Dalam Perancangan Arsitektur. *Journal of Islamic Architecture*. Vol. 1, No. 1
- Effendi. Usman, *Psikologi Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2016, hlm. 247-249
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fatmaningrum, Sakti Riana, dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*. Vol 4, No. 1
- Fenanda, Zakiah Intan. 2018. Analisis Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Dengan Brand Equity Sebagai Variabel Mediasi Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Malang. [skripsi]. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Flavian, Carlos. 2009. Web design: a key factor for the website success", *Journal of Systems and Information Technology*, Vol. 11 Iss: 2 pp. 168±184, (<http://dx.doi.org/10.1108/13287260910955129> 03 July 2012)
- Flavian, Carlos. Gurrea, Raquel. Orús, Carlos. 2009. Web design: a key factor for the website success. *Journal of Systems and Information Technology*, Vol. 11 Iss: 2 pp. 168 – 184.
- Freddy Rangkuti, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Generasi Z. 2020. [id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z) [on-line]. Diakses pada 5 Maret 2021 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z

- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, Saipiudin Shidiq. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kecana Peranda Media Group, 2010. h 65.
- Hadi, F., 2017, Transaksi e-Commerce di Indonesia Pada 2016 Mencapai 4,89 Miliar Dolar AS. www.tribunnews.com. Diakses pada 20 Februari 2017 dari <https://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commrece-di-indonesia-pada-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as>
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England
- Haq, Husnul. 2018. Brand Dalam Islam. <https://islam.nu.or.id/post/read/93065/merek-menurut-hukum-islam> Diakses pada 20 April 2021.
- Hennig-Thurau, Thorsten. Kevin Gwinner. Gianfranco Walsh. Dwayne Gremler. 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet ?. *Journal of Interactive Marketing*. 38 : 52
- Hossain, dkk. 2017. Influence of Word of Mouth on Consumer Buying Decision: Evidence from Bangladesh Market. *European Journal of Business and Management*. Vol 9, No. 12.
- Hyejeong Kim and Linda S. Niehm. 2009. The Impact Of Website Quality On Information Quality, Value, And Loyalty Intentions In Apparel Retailing. *Journal Of Interactive Marketing*. 23: 221 133.
- Irwanti, Ika. Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pond's di Kota Surabaya. [skripsi]. Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
- Jones, Alex Trengove., Anna Malczyk., & Justin Beneke. (2011). *Internet Marketing: A Highly Practical Guide to Every Aspect of Internet Marketing*. GetSmarter. Cape Town.
- Jusmalini, dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Keller, L. 2000. *How to manage brand equity*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Kim, H., & Niehm, L. S. 2009. The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing. *Journal of Interactive Marketing* 23 (2009) 221–233, 221-233.
- Kothler, Philip, Amstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, K.2009. Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2012, Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012, Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2015. Marketing Managemen, 13rd Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Latan, H. dan Ghozali, I. 2017. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 5.0.*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Lesmana, Rosa dan Ayu, Suci Dara. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 2, No. 3.
- Mahdiasukma, Putra dan Fauzi, Achmad. 2018. Pengaruh Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 55, No. 3.

- Massie, Kevin Samuel. 2016. The Effect of Social Media, Direct Email, And Electronic Word of Mouth On Consumer Purchase Decision at Zalora Fashion Online Store. *Jurnal EMBA*, Vol.4, No.2
- Murdapa, Purnama Andri. 2019. The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions.
- Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2010), ed-1,Cet ke-3, h.61.
- Nada, Nesya. 2020. The Impact Of Word Of Mouth And Brand Image On Buying Decisions Of Zomato Gold's Membership. *Int'l J. of Org. Bus. Excellence*. Vol. 3, No. 2.
- Oei, Istijanto. (2010). Riset Sumber Daya Manusia. Gramedia Pustaka Utama. Edisi Revisi
- Pebrianti, Wenny. 2016. Web Attractiveness, Hedonic Shopping Value and Online Buying Decision. *Int. Journal of Economics and Management*. Vol 10, No. 1.
- Pusat pengkajian danPengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2011. Ekonomi Islam, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Qhardawi, Yusuf. 2001. Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, Jakarta: Pt. Prenhalindo Persada, hlm. 293
- Rahman, Muh Akil. 2015. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lewat Internet Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar*.
- Romadhoni, Muhammad. 2015. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY. [skripsi]. Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Saiful. 2019. Pengaruh Desain Website dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazada Dengan Persepsi Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening. [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar.
- Sernovitz, Andy. (2012).Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get

- Setyani, Anggita Dian dan Prabowo, Rokh Eddy. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Proceeding SENDIU 2020*.
- Setyarko, Yugi. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk, Universitas Budi Luhur Jakarta. Jakarta secara Online. Vol. 5 No. 2
- Sopacua, Stefanus Cendra. 2016. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Terhadap Niat Beli Konsumen. Program Pascasarjana. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), Alfabeta, Bandung.
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. Syari'ah Marketing, Jakarta: Gema Insani.
- Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta
- Syahreda, Muhammad David. 2020. Analisis Pengaruh Kemenarikan Desain Website dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Mahasiswa Universitas Alma Ata). [skripsi]. Universitas Alma Ata.
- Syarif, Abdul dan Wijayanto, Heru. 2017. Analisis Pengaruh Kemenarikan Desain Website, Kepercayaan, dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah. *Ikraith-Informatika*. Vol. 1, No. 2.
- Tentang Zalora. zalora.co.id. [on-line]. Diakses pada Rabu, 23 Juni 2021 melalui <https://www.zalora.co.id/about/>
- Top E-Commerce And Shopping Websites. similiarweb.com. [on-line]. Diakses pada Sabtu 26 Juni 2021 melalui <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/>
- Umbola, Fitriana, dkk. 2019. The Influence Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Vol 8, No. 2.

Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.17,NO.2, September 2015, 109–112 .

Yanti Mayangsari. 2012. Brand Equity dalam Kajian Syariah. (online). Tersedia: <http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/06410072-yanti-mayangsari.ps>. Diakses pada tanggal: 10 Januari 2017, pukul 16.00 WIB