

DAFTAR PUSTAKA

- Adeline, L. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan ShopeeFood pada Pengguna Shopee di Jakarta/Livia Adeline/20180136/Pembimbing: Dergibson Siagian.*
- Al-Kalidi, Shaleh Abdul Fattah. (2017). *Mudah Tafsir Ibnu Katsir.* Jakarta : Magfirah Pustaka.
- Al-Murra. A.R & A.M.F. (2013) *Tafsir Al- Muyassar.* Madinah; Percetakan Al-Quran Mulia I.
- Al Ashqar, Muhammad Sulaiman. (2013). *Ringkasan Tafsir Fathul Qadir.* Al-Nafais.
- An-Naisaburi, Muslim bin al-Hajjaj Al-Qusyairi. (2012) *Ensiklopedia hadits : shahih Muslim 2 / Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburi ; penerjemah, Masyhari, Tatam Wijaya ; editor, Nanang Ni'amurrahman.* Jakarta : Almahira.
- At-Tirmidzi, Imam. (2017). *Sunan At-Tirmidzi/ Muhammad bin Isa bin Saurah bin Musa as- Sulami At Tirmidzi.* Depok: Gema Insani
- As-Sa'di, Abdurrahman bin Nashir. (2016) *Tafsir Al-Quran Jilid 3.* Jakarta Darul Haq .
- Az-Zuhaili, Wahabah. (1996). *Tafsir Al-Wajiz.* Lebanon: Darul Fikr, Beirut.
- Baqi, Muhammad Fu'ad Abdul. (2017). *Hadist Shahih Bukhari Muslim.* Depok: Fathan Prima Media.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The effect of product quality, service quality, price on product purchasing decisions on consumer satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61–70.
- Chintya, H. D., & Tito Siswanto, S. E. (2021). *Pengaruh Intergrated Marketing Communication (IMC) dan Brand Ambassador Nct 127 Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Pada Produk Nu Green Tea di Kota Tangerang Selatan* (Doctoral dissertation, ITB Ahmad Dahlan Jakarta).
- Dihni, V. (2021). *Kalahkan Amazon, Shopee Jadi Aplikasi E-Commerce Paling Banyak Diunduh Secara Global.* Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/27/kalahkan-amazon-shopee-jadi-aplikasi-e-commerce-paling-banyak-diunduh-secara-global>

- Fayez bin Sayyaf Al-Sarih. (2021). *Tafsir Ash-Shaghir*. Madinah: Dar Al-Hadarah.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*.
- Ghozali, Imam. (2016). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2 Edisi 8". Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23". Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Hikam, A. N., & Saputro, E. P. (2022). *Analisis pengaruh imc terhadap keputusan pembelian produk erigo* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jayani, D. (2021). *Tokopedia Masih Jadi E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi pada Kuartal III 2021*. Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/tokopedia-masih-jadi-e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-pada-kuartal-iii-2021>
- Kotler, P., Keller, K. L., MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing Edisi 17 Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Manajemen Edisi 16 Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., &., Kotler, P. t., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing*, Pearson.

- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan Program WarpPLS 5.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- M. Quraish Shihab. (2002). *Tafsir Al-Misbah; pesan, kesan dan keserasian Al-Quran*. Vol. 7. Jakarta: Lentera Hati
- Mukti, O. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di E- Commerce Shopee.ID9= (Survey pada konsumen Shopee.id Sejabodetabek)*.
- Mursandi, D. A., Sudirman, H. A., & Militina, T. (2020). The impact of green marketing and corporate social responsibility on brand image, purchase intention, and purchase decision (study on the body shop in samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4).
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83–88.
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Shaleh bin Abdullah bin Humaid. (2014). *Tafsir al Mukthasar*. Saudi: Markaz Tafsir Lid Diraasatil Qur'aniyyah-Riyadh.
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. (2022). Brand image mediation of product quality and electronic word of mouth on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(1), 97–109.
- Sarjana Elit. (2016). *Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah*. Madinah; Dar Al-Sami'I (Riyadh).
- Schiffman, L. G., & K. L. L. (2010). *Consumer Behaviour* ((10th ed)). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Jakarta: PT. Indeks Group Media.
- Shopee. (2022, 18 Februari). Di Wikipedia.
<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Shopee&action=edit>
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 7.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138–145.
- Wijaya, T. (2014). *Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera Dslr (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen FEB- UKSW)*.
- Yani, N., & Dwi, M. (2023). *Pengaruh Integrated Marketing Communications (IMC), Brand Image, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mois Fashion (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar)*.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55–69.
- Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 21–29.
- Zuhria, FI. (2018). *Bab ii Biografi M. Quraish Shihab dan Tafsir al-Misbah*. http://etheses.iainkediri.ac.id/1936/3/933300514_BAB%20II.pdf