

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso. (n.d.). Keputusan pembelian konsumen terhadap produk digital. Tidak diterbitkan.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qur'an al-Karim. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Aribowo, F., Santoso, D., & Rahmawati, I. (2020). Pengaruh faktor produk terhadap keputusan pembelian konsumen di *e-commerce*. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 4(2), 65–72.
- Arif, M., & Pramestie, D. (2021). Dampak review pelanggan terhadap keputusan pembelian produk fashion di marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 55–66.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- At-Tirmidzi. *Sunan at-Tirmidzi*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Chevalier, J., & Mayzlin, D. (2006). *The effect of word of mouth on sales: Online book reviews*. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345–354.
- Dara Melfaliza, & Ahmad Nizam. (2022). Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(1), 50–62.
- Dian, M. (2022). *Promosi sebagai alat peningkatan penjualan pada perusahaan ritel modern*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dhafa, F., Maulana, R., & Syawal, A. (2024). Pengaruh online *customer review* dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian pada Shopee di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Digital*, 7(1), 15–26.
- Djaelani, A. (2024). Pengaruh Promosi, Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee. *Jurnal Riset Bisnis Online*, 8(2), 102–115.

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Erna Wahyuni, & Hanifa Sri Nuryani. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 5(1), 25–33.
- Gallo, C., Chen, M., & Lee, Y. (2019). *Consumer reviews and purchase decisions in e-commerce. Journal of Electronic Commerce Research*, 20(2), 95–107.
- Gunawan, A. (2020). Pengaruh rating dan ulasan terhadap kepercayaan konsumen di marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Digital Indonesia*, 5(1), 20–28.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hanaysha, J. (2022). *An analysis of factors affecting consumer purchase decisions in online fashion stores. Journal of Retail and Marketing Research*, 14(2), 67–78.
- Ibnu Katsir, I. (2008). *Tafsir Ibnu Katsir (Jilid 9)*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Ika Sugiarti, & Iskandar. (2021). Pengaruh ulasan pelanggan terhadap reputasi penjual di marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Modern*, 11(2), 90–102.
- Indriani, N., & Akbar, F. (2024). Pengaruh Discount dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Papperdine Jeans di Shopee. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(2), 44–55.
- Jubelio & Katadata.co.id. (2024). *Daftar Produk Terlaris di Shopee 2024*. Katadata Insight Center.
- Kartika Rose Rachmadi. (2021). Pengaruh promosi diskon terhadap keputusan pembelian online pada konsumen Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Online*, 4(1), 15–27.
- Kementerian Agama RI. (2022). *Tafsir Al-Qur'an Kemenag RI*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Maharani, T., dkk. (2024). Analisis reliabilitas dan validitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 26. *Jurnal Metodologi Riset*, 5(1), 11–19.
- Marpaung, D. (2022). Proses keputusan pembelian dan faktor yang memengaruhi konsumen digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 10(1), 20–31.
- Melati, R., & Dwijayanti, P. (2020). Dampak review pelanggan terhadap keputusan pembelian produk fashion online. *Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen*, 9(1), 44–52.
- Mufid, S., Suryani, T., & Putra, H. (2022). Analisis pengaruh online review terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen Digital*, 8(2), 33–48.
- Muslim, I. (n.d.). *Shahih Muslim*.
- Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The Effect of Online Consumer Reviews on Purchasing Intention. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125–148.
- Prasetyo, H. (2023). Pengaruh promosi dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk fashion di e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 34–41.
- Pratiwi, S., Indrayani, S., & Achsanuddin, M. (2025). Pengaruh Online Customer Review dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Online*, 9(1), 10–20.
- Purnomo, W. A., dkk. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Diskon, Ulasan Produk dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Digital dan Pemasaran*, 8(1), 88–99.
- Puspita, R. (2021). Strategi promosi diskon terhadap perilaku konsumen milenial di Shopee. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 7(2), 88–97.

- Ramadiansyah, M., dkk. (2024). Peran promosi dan ulasan pelanggan pada e-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis Online*, 6(1), 14–22.
- ResearchGate. (2024). *Statistik Pengunjung E-commerce Indonesia 2024*.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sianipar, M., & Yoestini. (2021). Pengaruh Review Pelanggan sebagai e-WOM terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 12(1), 34–43.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, H. (2019). Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan produk e-commerce. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 5(1), 25–36.
- Tafsir Kemenag Republik Indonesia. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kemenag RI.
- Theory and Models of Consumer Buying Behaviour*. (2022). *International Journal of Consumer Research*, 4(1), 1–12.
- Tirmidzi, A. I. (n.d.). *Sunan at-Tirmidzi*.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wahbah Az-Zuhaili. (2003). *Tafsir al-Munir*. Damaskus: Dar al-Fikr.
- Winasis, B. (2022). Efektivitas promosi online dalam meningkatkan penjualan produk fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran Online*, 8(1), 12–25.
- Yohana, S. (2022). Peran promosi terhadap peningkatan penjualan di era digital marketing. *Jurnal Pemasaran dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 22–33.