

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>. Diakses 9 Desember 2023.
- Az-zahra, ., Fatin, K., Karimah, A., Putri, V. A., Sulistiawati, K., Asyiqy, A. A., Situmorang, P. (2022). *Kisah Bagai Mentari di Desa Kiara Pandak*. CV Jejak. Sukabumi.
- Balhmar, M. A. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 10.
- Brestilliani, L. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id./upload/9186-Full_Text.pdf.
- Duli, N. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish. Yogyakarta.
- Efendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 4810, 145–154.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV Qiara Media. Surabaya.
- Fitriana, B. A. (2023). *Pengaruh Shopee Paylater, Voucher Ongkos Kirim dan Flash Sale Aplikasi Shopee terhadap Keputusan Pembelian*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta).
- Gerungan, K., & Karina, P. (2019). Analisa pengaruh kesadaran halal terhadap minat beli pelanggan di Restoran Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(2), 171–182.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10189>.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.

- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2020). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10, Edisi 2*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair JR, J.f., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (Tujuh)*. Cengage. New York.
- Handayani, T., & P. (2021). *Membangun UMKM Syariah di Industri Halal*. Deepublish. Yogyakarta.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P & Keller, L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P & Keller, L. (2016). *A Framework For Marketing Management*. Pearson. London.
- Kusnandar, V. B. (2022). *Indonesia Masuk 10 Negara Pengguna Internet di Asia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/22/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia>. Diakses 7 Desember 2023.
- Kusumawardhani, M. D. (2022). *Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, dan Pengetahuan Produk Halal Mahasiswa Muslim Dalam Melakukan Pembelian Makanan Secara Online*. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).
- Laudon. (2017). *E-commerce 2017*. E - Book (ebook.pdf).
- Ma'aruf, A. (2022). *Pengaruh Kesadaran Halal, Gaya Hidup Halal, dan Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- Mustajab, R. (2023). *Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023*. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>. Diakses 8 Desember 2024.
- Navrillia, R. (2021). *Ini Dia! Fakta Menarik dari Logo Shopee*. jagadmedia.id. Diakses 20 Mei 2024.
- Pakpahan, A. D. W. (2021). *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Dan Metode Shopee Paylatater Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Kota Medan [(Skripsi, Universitas HKBP Nomensen)]*. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/9125>.
- Pambudi, B. G. (2018). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal terhadap*

- Minat Beli Produk Mie Instan (Studi pada Pemuda Muslim Bandar Lampung)* [(Skripsi, Universitas Lampung)]. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/32537>.
- Pratiwi, D. P., & Falahi, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.148>.
- Pulungan, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)*. (Skripsi, Institut Agama Islam Padang Sidempuan).
- Puspamurti, R. A. (2021). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Perilaku Religius terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Swiss House* [(Sripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo)]. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13609>.
- Rismayadi, A. A., Dede Kartika Dewi, & Anshori, I. F. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna ShopeePaylater Menggunakan Model Delone & Mclean Sebagai Media Pengajuan Kredit Online. *Jurnal Responsif: Riset Sains Dan Informatika*, 2(2), 190–197. <https://doi.org/10.51977/jti.v2i2.272>.
- Riyadi, H. (2023). *Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki Oleh Shopee?*. <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-Shopee/>. Diakses 20 Mei 2024.
- Rozi, I. A. (2020). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Rusdiana, L. D. (2023). Neraca Pengaruh Metode Pembayaran PayLater dan Cash On Delivery (COD) terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Jambi Angkatan 2018-2022). *Ekonomi, Jurnal Dan Akuntansi, Manajemen*, 157(2), 157–166. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>.
- Sattar. (2017). *Pengantar Bisnis*. Deepublish. Yogyakarta.
- Septiana, D., Ridwan, A. A. (2020). The effects of halal certification and halal awareness on purchase intention of halal food products in Indonesia. *Indonesian Journal Of Halal Research*, 2, 55–60. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v2i2.6657>.
- Shaari, J. A. N. And Arifin, N. S. (2010). Dimensi of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *Jurnal International Review Of Business Researchs*

Papers, 6, 444–456.

Shopee, I. (2023). *PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya*. paylater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya. (shopee.co.id). Diakses 20 Mei 2024.

Shopee, I. (2024). *Tentang Shopee*. careers.shopee.co.id. Diakses 20 Mei 2024.

Soegiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Stialanisa, D., & Tobing, R. (2023). Pengaruh Promosi gratis Ongkir dan Metode Pembayaran paylater terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 245–257.

Subandiyah, W. &. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga, dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9.

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT Pustaka Buku. Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: prinsip dan penerapan*. Andi. Yogyakarta.

Ulfah, Q., Ariza, A. F., & Rezeki, Y. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 5(3), 292–302. <https://doi.org/10.33503/ecoducation.v6i1.3785>.

Wulandari, A. (2022). *Riset Snapcart Ungkap Karakteristik Konsumen dan Preferensi dalam Berbelanja Online*. <https://economy.okezone.com/read/2022/09/09/11/2664154/riset-snapcart-ungkap-karakteristik-konsumen-dan-preferensi-dalam-berbelanja-online>. Diakses 9 Desember 2023.

Yunus, M., Rashid, W., Ariffin, M., & R., M. (2014). Muslim's Purchase Intention towards Non-Muslim's Halal Package Food Manufacturer. *Jurnal Social and Behavior Sciences*, 145–154.