

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., *et al.* (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Agustin, N. A. (2023). Pengaruh Affilliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop (Survei Konsumen Produk Skintific Pengguna Tiktok Shop). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, A. I. (2020). *Digital Marketing*. PT. Literindo Berkah Karya.
- Apa Itu Ujrah Dalam Islam? (2022). *Wakalahmu*.  
<https://wakalahmu.com/artikel/literasi-keuangan/apa-itu-ujrah-dalam-islam>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.  
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Ash Shiddiqy, I., & Faradila, F. A. (2024). Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Purchase Decision Melalui Buying Interest (Studi pada Konsumen Produk Skintific). *Rimba*, 2(1), 159–169.
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 157–167. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n2.p157-167>
- Darmatama, M., & Erdiansyah, R. (2021). The Influence of Advertising in Tiktok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 888–892.
- Faradiba, B., & Syarifuddin, M. (2021). Covid-19: Pengaruh Live Streaming Video Promotion Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Buying Purchasing. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–9.
- Ferdiana Fasha, A., *et al.* (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen

- Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Hafizhoh, F. R., Gunaningrat, R., & Akhmad, K. A. (2023). Potongan Harga, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 204–219.
- Hardilawati, W. L. B. I. D. P. R. (2019). Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini. *Jim Upb*, 7 No. 1, 88–98. <https://www.researchgate.net/publication/330839746>
- Helianthusonfri, J. (2016). *Affiliate Marketing Modal Dengkul*. PT Elex Media Komputindo.
- Hukum Affiliate Marketing Dalam Islam*. (n.d.). Pondok Islami Menebar Berkah Berbagai Manfaat. <https://pondokislami.com/hukum-affiliate-marketing-dalam-islam.html>
- Iqbal, R. (2022). Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Mubtadiin*, Vol. 8 No., 251–268.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* (3rd ed., Issue April). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maulidza Nur Fauzi., et al. (2023). PELATIHAN PEMANFAATAN AFFILIATE MARKETING DAN INDUSTRI E-COMMERCESEBAGAI PELUANG BISNIS BAGI IBU. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7542–7547.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (n.d.). *SPSS Exact Tests™ 7.0 for Windows*. 233 South Wacker Drive.
- Nurchahya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2024). Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. *JURNAL ILMIAH MULTIDISIPLIN*, 1(12), 472–481.
- Nuruddin, M. S. T. S., & Himmati, R. (2023). Minat Konsumen Dalam Berbelanja pada Aplikasi Shopee Ditinjau Berdasarkan Fitur Paylater , Spinjam dan Affiliate: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 693–

711.

- Onong Uchjana, E. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran (Jilid I&II)*. PT. Indeks.
- Pinky, A. (2022). *Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Pratama, A., Putra, Y., L., *et al.* (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Konten Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital UPI Di TikTok Shop. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 06(1), 1–21.
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124.
- Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M.M., M. P. (2014). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Purwanto, N. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 342–351.
- Qomariah, N. (2018). Marketing Adactive Strategy. In *Jember. Cahaya Ilmu* (Issue July).
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37.
- Rahmawaty, I., Sa’adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80.
- Rizki Utami, & Unun Roudlotul Janah. (2022). Analisis Marketing Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Tempe De Yati Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 211–228.
- Rumondang, A., *et al.* (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran Ingredients, Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort. *Jkis*, 1(3), 141–153.
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada

Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442–254.

Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.

Setyagustina, K., Joni, M., Kholik, A., & Dwi, W. (2022). PENGARUH POTONGAN HARGA ( DISKON ), GRATIS ONGKIR DAN SISTEM COD TERHADAP MINAT BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Economia*, 1(3), 597–607.

Sissy, P., Aisadira, M., *et al.* (2024). Pengaruh Marketing Digital Shopee Affiliate pada Minat Beli Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 182–197.

Suci Hartini, Muhammad Iqbal Fasa, S. (2022). DIGITAL MARKETING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, 5(1), 198–206.

Sula, H. K. dan M. S. (2006). *Syariah Marketing* (Ed 1, ceta). PT Mizan Pustaka.  
Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133.

Susanto, N. J. (2022). Pengaruh Sosial Media Affiliate Marketing Terhadap Willingness to Buy Pada Marketplace Shopee dengan Subjective Norm sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2), 1–9.

Sutedjo, A. S. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*, 3(2), 165–178.

Syafrizal Helmi Situmorang, M. L. (2014). *Analisis data*. Perpustakaan Nasional:Katalog Dalam Terbitan (KDT).

Tety, F. S. (2019). VARIABEL ANTISEDEN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(1), 70–77.

*website resmi*. (n.d.-a). <http://febi.radenfatah.ac.id>

*Website Resmi*. (n.d.-b). Retrieved March 15, 2024, from <https://siladas.radenfatah.ac.id>

Wiet, V. D. (2024). Pengaruh Live Streaming , Advertising dan Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Di Shopee ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro ). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(1), 1–11.