

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana. (2024) *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0- Edisi Indonesia*, hal 204-205.
- Andika Bayu Wicaksono, Sri Widodo. (2023) “Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.” *Ilmiah Manajemen* 13, no. 1 hal 3.
- Arif Yusuf Hamali S.S., M.M. (2020) *Pemahaman Strategi Bisnis*, (2020) hal 230.
- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah. (2022) *Metode Penelitian Kuantitatif*, hal 130-131.
- Dewi Priyatno. (2020) *Belajar Praktik Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS (Yogyakarta: Gaya Media, 2021) hal 101.*
- Dr. Imam Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (2022) hal 85.
- Dr. Karimudin Abdullah, S. HI., M.A Misbahalul Jannah, M.Pd., Ph.D. Ummul Aiman, S. Pd Suryadin Hasda, M.Pd Zahara Fadilla Ns. Taqwin, S.kep., M.Kes Masita M.Pd., I ketutu Ngurah Ardiawan, M.Pd. (2022) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hal 80-81.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, hal 42.
- DR. Widodo. (2017) *Metodologi Penelitian*, hal 110-115.
- Freddy Rangkuti. (2020) *Prinsip Prinsip Pemasaran*, hal 27-28.
- George Noveril Hibur, Ronald P.C. Fanggidae, Merlyn Kurniawati& Yohanes R.Benu.(2022) “Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Beli Di Marketplace Lazada (Studi Pada Generasi Milenial Di Kota Kupang).” *Glory: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 5, no. 2747–125 hal 170.
- Greissela A. Sehangunaung, Silvya L. Mandey, Ferdy Roring. (2023) “Analisis Pengaruh, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado.” *EMBA* 11, no. 3 hal 1–11.
- Harmon Chaniago. (2022) “Purchase Motivies Of Retail Consumers Nanostroes: Evidance from Indonesia.” *Quality Access* 186, no. 23 hal 98–103.
- Imam Santoso Harries Madistriyatno. (2021) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hal 126.
- Ismail Yogi Indra Pranata, Zakaria Wahab, Marlina Widiyanti, Aslamia Rosa (2021). “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia.” *Manajemen* 2, no. 2 hal 3.

- Ismail Yogi Indra Pranata. (2022) *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia*, hal 3-4.
- Jonathan Sarwono. (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif*, hal 151.
- Lili Suryati, Lenny Menara Sari Saragih, Fajrillah, Andriansa Sudarso, Altari Meli Gita Tarigan. (2022) “Pengaruh Harga, Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3, no. 3 hal 380–85.
- M.Pd, Drs. Syahrums. Drs. Salim, M.Pd. (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hal 135.
- Manusia Diperbolehkan Melakukan Perniagaan Yang Berlaku Secara Suka Sama Suka. Tetap Jangan Sampai Kegiatan Itu Berujung Menjerumuskan Diri Karena Melanggar Perintah-Perintah Tuhan.*
- Maria Asriana Sinar, Ni Putu Nita Anggraini, I wayan Gede Antok Setiawan Jodi. (2023) “Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Lazada Di Kota Denpasar.” *Jurnal EMAS* 4, no. 1 hal 126.
- Maria Asriana Sinar, Ni Putu Nita Anggraini, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi. (2023) “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Lazada Di Kota Makassar.” *Jurnal EMAS* 4, no. 2774–3020 hal 126.
- Maria Magdalena, Zusmawati, Jeki Algusri, Jhon Fernos, Fakhrur Rozi. (2023) “„Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada Di Kecamatan Padang Utara.”” *Jurnal Ekonomi* 11, no 1 hal 41–48.
- Maudy Vena Maylinda. (2019) “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Pada Online Shop.” *Ekonomi Islam* 2, no. 2 hal 28–29.
- Muhammad Birusman Nuryadin. (2021) “Harga Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Mazahib* 4, no. 1 hal 93.
- Muhammad Fahmul Iltiham, Muhammad Nizar. (2020) “Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) Harga Pada Produk Di Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Shop.” *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2477–8338 hal 312–15.
- Muhammad Fakhrur Rizky, Hanifah Yasin. (2020) “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Lazada.” *Manajemen Dan Bisnis* 14, no. 2 hal 139.
- Najlatun Naqiyah. (2023) *Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Menggunakan Marketplace Lazada Pada Mahasiswa Kota Malang*, hal 2-3 .

- NI Putu Yuli Sariyanti, I Gusti Gede Eka Teja Kusuma, I Made Surya Prayoga. (2022) “Pengaruh Promosi Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Lazada.” *VALUES* 3, no. 1 hal 2721–6810.
- Philip Kotler. (2019) *Manajemen Pemasaran*.
- Prof. Dr. Lijan P. Sinambela, Dr. Sartono Sinambela, S.E., M.M. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif* hal 84.
- Prof. Dr. Sugiono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif*, hal 78.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (MIXED METHODS)*, hal 9.
- “„Sejarah UIN Raden Fatah Palembang,“ Radenfatah.Ac.Id <<https://Radenfatah.Ac.Id/Index.Php/Sejarah/>> Diakses Pada Tanggal 16 Juli 2024,” .
- Siska Febriyanti, Boy Satria. (2022) “Promosi Kegiatan E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 2528–2506 hal 234–38.
- Tidak Ada Bagi Manusia Kecuali Usaha Yang Dipilihnya. Maknanya Yaitu Kecuali Balasan Atas Perbuatannya Di Dunia Dan Usahnya Itu Akan Dilihat Dalam Catatan Amal Ibadahnya Yang Dilihat Juga Oleh Allah, Rasulullah, Orang-Orang Mukmin Dan Sahabat-Sahabatnya.*
- Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini Alie. (2020) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi* 22, no. 1 hal 105.
- Ummar Bakti Hairudin, Maria Septijantini. (2020) “Pengaruh Kualita Pelayanan Produk, Harga, Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi* 23, no. 1 105.
- “Website Resmi”, [Http://Febi.Radenfatah.Ac.Id](http://Febi.Radenfatah.Ac.Id). Diakses Pada Tanggal 16 Juli 2024.
- Woro Rona Farrasari, Ima Amaliah. (2022) “Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Bandung Dalam Berbelanja Produk Di E-Commerce Lazada.” *Economics Studies* 3, no. 7083 hal 239–41.
- "Sesungguhnya Orang-Orang Yang Berpaling Dari Apa Yang Dijanjikan Allah kepadanya Berupa Mengikuti Nabi Muhammad SAW, Menyebutkan Sifat-Sifatnya Kepada Orang Lain, Dan Menjelaskan Perkara Tentangnya, Serta Dari Sumpah Palsu Mereka Yang Mengandung Dosa Besar.*