

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim, “*Ekonomi Mikro Islam*” (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2011); 114
- Amstrong, Kotler dan. “Pengaruh Perilaku, Usia, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi KAI Acces.” *Suparyanto danRosad* (2015 5, no. 3 (2016): 248–253.
- Andiana, and A. Najib, “Pengaruh Harga, Promodi Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee” no. 01 (2022)
- Aulia, Tarisa, Larasati Ahluwalia, and Kemala Puji. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung.” *Strategy of Management and Accounting through Research and Technology* 2, no. 2 (2023): 58–69.
- Assauri, S. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep &Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada. 2018
- Azizah, L. N. (2021). Pendiri Shopee Dan Kisah Perjalanan Karirnya. Gramedia.Com.
- Balhmar, Muhammad Ahnaf. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee.” *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma* (2018): 81–95.
- Basu, Irawan Swastha, “Manajemen Pemasaran Modern” *liberty, yogyakarta*. (2014)
- Batjo Nurdin and Disman Maheirina, ‘The Effect of Perceived Quality and Brand Image on Smartphone Purchase Decisions’, *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness*,(2022),
- Birusman, Muhammad. “Harga Dalam Perspektif Islam.” *Mazahib* 4, no. 1 (2017):86–99.
- Buchari, Alma, “Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa” (Bandung: Alfabeta,2016):179
- Carl McDaniel, Joseph F. Hair and charles W. Lamb, “Pemasaran” Salemba Empat, Jakarta
- Depertemen Agama RI, “Al-Quran Dan Terjemahannya” Bandung : Diponegoro
- Eko Suprayiino, “*Ekonomi Islam*” Graha Ilmu, Yogyakarta
- Eny Ernawati. “Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual Produk Dalam Upaya