

DAFTAR PUSTAKA

- Alia, U. N. (2022). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Produk Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Sebagai Konsumen Indomie). *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 4.
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *PENGARUH HALAL LIFESTYLE, HARGA DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO CLEAR HIJAB PURE (Studi Pada Konsumen Shampo Clear Hijab Pure di Kabupaten Kendal)*. 9, 356–363.
- Andni, R. (2024). *PERILAKU KONSUMEN DALAM ISLAM (Konsep Dasar, Ruang Lingkup dan Teori)*.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/567627/perilaku-konsumen-dalam-islam-konsep-dasar-ruang-lingkup-dan-teori%0Ahttps://repository.penerbitwidina.com/media/publications/567627-perilaku-konsumen-dalam-islam-konsep-das-3bba4d39.pdf>
- Annisa, N. N. (2023). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 37–43.
<https://doi.org/10.69768/ji.v2i1.18>
- Bahari, F. R., & Sutono, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor dan Tingkat Pendapatan Terhadap Gaya Hidup Berdasarkan Perspektif Syariah. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(3), 105–113. <https://doi.org/10.57096/hawalah.v2i1.15>
- Dzikrillah, F. A., Fauziyah, H. U., & Pratiwi, R. (2023). Perilaku Konsumen Menurut Islam. *JEBES: Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, 1(1), 101–106.
<https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/330>
- Effendi, U. (n.d.). *Usman Effendi, Asas manajemen , (Depok: Rajawali Pers, 2019), hal.119 Irham Fahmi, Perilaku Konsumen. .hal.57* 10. 10–24.
- Eliza, E., Amir, A., & Lubis, P. (2022). *Najaha Iqtishod Journal of Islamic Economic and Finance Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim di Kabupaten Muaro Jambi)*. 3(1), 38–47.
- Faatihah, A. A. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup Dan Religiusitas terhadap Pola Konsumsi Islami di Pondok Pesantren Darul Qur'an Kepulauan Riau. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 1(2), 111–128.
<https://journal.inspirasi.or.id/index.php/nomicpedia>
- Fahrudin, A. (2021). Pengambilan Keputusan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits (Upaya Menentukan Kebijakan Pendidikan Secara Religius). *Dirasah*, 1(1), 1–20.
- Hawalah: Jurnal Ekonomi Islam. (n.d.). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Islami. Diakses dari <https://hawalah.staiku.ac.id>
- Isti Pujihastuti. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.

- Jimfeb UB. (n.d.). Pengaruh Pengetahuan Agama terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat di Kelurahan Ngronggo Kediri. Diakses dari <https://jimfeb.ub.ac.id>
- KNEKS. (2024). Analysis of Factors Influencing Consumer Purchase Decisions on E-Commerce Platforms in the Digital Era. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 783–791. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Liputan6. (n.d.). Peran Akhlak dalam Membentuk Gaya Hidup Islami. Diakses dari <https://www.liputan6.com>
- Marini. (2022). pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamann terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi DANA dalam perspektif ekonomi islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 15(2), 9–25.
- Mauliddiyah, N. L. (2021a). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN BERLABEL HALAL DI KALANGAN MASYARAKAT KECAMATAN SYIAH KUALA BANDA ACEH*. 6.
- Mauliddiyah, N. L. (2021b). *METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN*. 6.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Rahman. (2022). Metode Pengumpulan Data Sekunder. In *Asik Belajar* (Issue 10).
- Rahmani, S. (2023). *PENGARUH RELIGIOSITAS, PRINSIP KONSUMSI, DAN GAYA HIDUP ISLAMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Selvi*. 6, 32–43.
- Rika Widianita, D. (2023). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO, KESESUAIAN SYARIAH, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MENABUNG EMAS MELALUI APLIKASI DIGITAL. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Serli Vania Resa. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh) Disusun. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 606–614.
- Wigati, S. (2011). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). *PrilakuKonsumen*, 01(01), 22–39.