

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV Syakir Media Press.
- Achmad, Suryana dan Rahmat Hidayat, 2018. The Effect of Video Adversement by Beauty Vlogger on Buying Intention. *International Journal of Accounting, Finance, and Economics*.
- Afriansyah, Gun. 2017. Perilaku Konsumen Sepeda Motor Pembelian Secara Kredit Masyarakat Desa Bunga Tanjung Kabupaten Mukomuko Tinjauan Ekonomi Islam. *Skripsi*. IAIN Bengkulu.
- Ahmad az-Zabidi, Imam Zainuddin. 2013. Tajridush Sharih, tej. At-Tajrid ash-sharih li Ahadits al-Jami' ash-Shahih, et.al. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Aisyah, Nur. 2020. Word Of Mouth Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital (Studi Kasus Optik Tiga Lima Purwokerto. *Skripsi*. IAIN Purwokerto.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Az-Zuhaili, Wabbah, dkk. 2011. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 5*. Jakarta: Gema Insani.
- Benazir Kumala, Octaviantika. 2012. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen pada Tune Hotels Kuta-Bali. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Denovan, Calvin, dkk. 2016. Perbandingan Metode Pembayaran pada Hotel Morrissey Service Apartement. *Jurnal Editurisma*. Vol. 1. No. 1.
- Dias, dkk. 2019. Seeded Word of Mouth Marketing Strategy: Mapping and Analysis of a Network of Political Supporters. *Brazilian Journal Marketing*.
- Dyarini, dkk. 2022. Studi Fenomenologi: Metode Pembayaran pada Marketplace Dilihat dari Perspektif Ekonomi Islam. *Seminar Nasional LPMM UMJ*.
- Fahma, Rusidiansyah. 2014. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Jual Beli Pre Order di Toko Online Khanza. *Skripsi*. Yogyakarta.
- Farhana dan Anne Ratnasari. 2014. Word Of Mouth sebagai Sarana Promosi Warunk Upnormal dengan Menggunakan Media Sosial Twitter Farhana. *Prosiding Manajemen Komunikasi*.

- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Garaika dan Garmanah. 2019. *Metodologi Penelitian*. Belitang OKU Timur: CV Hira Tech.
- Handayani. 2021. Pengaruh Metode Pembayaran dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora Online Shopping.
- Haque-fawzi, dkk. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Haryoko, Sapto, dkk. 2020. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, dan Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Hasan, Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing dari Mulut ke Mulut : Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasanah, Dafiqo, dkk. 2019. Konsep Khiyar dalam Jual Beli Pre Order Online Shop dalam Perspektif hukum Islam. *Jurnal Iqtishoduna*. Vol. 8. No. 2.
- Hermansyah. 2011. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kasmir. 2015. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Agama RI. 2009. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: CV Fajar Mulya.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. (New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Latief , Rusman. 2018. *Word of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Lubis, Eva Miranda. 2019. Pengaruh Harga, Kepercayaan Kemudahan Penggunaan Aplikasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Belanja Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Sumatera: Skripsi Universitas Sumatera Utara.

- Lovelock, Christopher, dkk. 2011. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Madani. 2015. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Mas'ari, Ahmad, dkk. 2019. Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 5. No. 2.
- Miles dan Huberman. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publication. Terjemahan Tjejep Rohindi Rohidi, UI Press.
- Muchlisin, Riadi. 2013. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyadi. 2016. *Sistem Akuntansi*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhayati, Sri. 2015. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Jefri Putri, dkk. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Ngoma dan Ntale. 2019. Word of Mouth Communication: a Mediator of Relationship Marketing and Customer Loyalty. *Cogent Business and Management*.
- Peraturan Bank Indonesia No.6/7/PBI/2004, Pasal 1 ayat 5.
- Prasetyo, Budi dan Taopik Hidayat. 2019. Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk XYZ Donut. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 4. No. 1.
- Pratiwi, Riyan. 2018. Perilaku Konsumen dalam Jual Beli Kredit Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Medi Elektronik Simpang Randu Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah). *Skripsi*. IAIN Metro.
- Powa, Guen Anjelia, dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen *Handphone* pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*. Vol. 6. No. 3. Rachman dan Abadi. 2017. Komunikasi *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Jurnal ASPIKOM*. Vol. 3. No. 2.
- Puwianti, Lily dan Tommy Ricarto. 2018. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Purchase Intention* pada Pengguna *Smartphone* di Batam. *Jurnal Manajemen Maranatha*. Vol. 18. No. 1.
- Rahayu, Wienda Fitri. 2019. Perspektif Syariah tentang Metode Pembayaran Jual Beli Barang atau Jasa di GOJEK Menurut Pendapat Ulama di Media Sosial. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Rais, Isnawati dan Hasanudin. 2011. *Fiqh Muamalah dan Aplikasinya pada LKS*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadhani, Annisa Nur, dkk. 2022. Analisis Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada E-Commerce: Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. *Bina Bangsa Ekonomika* Vol. 15, No. 01.
- Riski, Muhidin. 2021. Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Kerajinan Songket Fikri Palembang). *Skripsi*. UII Yogyakarta.
- Riswanda, Nita Ayu. 2022. Strategi Pemasaran pada UMKM Family Cookies Trenggalek dalam Meningkatkan Penjualan. *Skripsi*. UNP Kediri.
- Rohmah, Sindi Nur. 2021. Pengaruh Gaya Hidup, Metode Pembayaran dan Kreativitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Pasarnow (Studi pada Masyarakat Kelurahan Tanjung Duren Selatan). Semarang: Skripsi UIN Walisongo.
- Rosalinda. 2016. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rosen, Emanuel. 2004. *Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Salma, Nury dan Ade Yuliar. 2020. Analisa *Word of Mouth* dan *Truth* terhadap Minat Haji Khusus (Studi di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta). *Academic Journal of Da'wa and Communication*. Vol. 1. No. 2.
- Sanjaya, Adwitya, dkk. 2021. *Tata Kelola Manajemen dan Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*. ed. Muh. Yunus. Kabupaten Gowa: CV Cahaya Bintang Cemerlang.
- Saleh, Sirajuddin. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. ed. Hamzah Upu. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Sernovitz, Andi. 2012. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*. New York: Kaplan Inc.
- Serfiyani, Citra Yutisia, dkk. 2013. *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik: Plus Tips Bijak Mendirikan Bisnis Online, Mengembangkan Bisnis Online, Belanja Online, Transaksi Online, dan Menghindari Penipuan Online*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Shrimp. 2003. *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. ed. Ayup. 1st ed. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 19th ed. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2016. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumardy, dkk. 2011. *Rest in Peace Adversiting Killed by The Power of Word of Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tumatalun, Tommy L.H. dan Sonny Pangerapan. 2019. Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit di PT Nusantara Sakti Cabang Manado Analysis Of Credit Sales Accounting Information System At PT Nusantara. *Jurnal Emba*. Vol. 7. No. 3.
- Toruan, Rialdo Rezeky M L. 2018. Proses Implementasi Word Of Mouth dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Pustaka Komunikasi*. Vol. 1. No. 1.
- Utomo, Dwi Anggoro. 2014. Pengaruh *Word of Mouth Communication* Terhadap Minat Beli Konsumen Kartu Seluler Prabayar IM3. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Wardiyanti, Mayliza. 2021. Implementasi Marketing WOM (Word of Mouth) di Era Digital Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus di Warung Kopi Klotok Pakem).
- Wawancara dengan Bapak Muhammad Ilham Fakhruddin (Pemilik UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur), pada 19 Mei 2023.
- Wawancara dengan Bapak Supri (Karyawan UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur), pada 19 Mei 2023.
- Wiryanan, I Wayan Gde. 2021. Urgensi Perlindungan Kurir dalam Transaksi E-Commerce dengan Sistem COD (Cash On Delivery). *Jurnal UNDIKNAS*. Vol. 4. No. 2. Universitas Undayana Bali.
- Yulianti, Farida dan Lamsah. 2019. *Buku Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama Deepublish.