

## Daftar Pustaka

- Alwafi, F., & Magnadi, R. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *diponegoro journal of management, volume 5, nomor 2*, 1-15.
- Amalia, F. (2013). *Erika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil*. Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah.
- Arijanto, A. (2011). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis (Cara Cerdas dalam Memahami Konsep dan Faktor-Faktor Bisnis dengan Berbagai Contoh Praktis)*. Jakarta: Rajawali Press.
- Aryani, L. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online di Online Shop Lazada. *Ekonomi dan bisnis, volume 3 nomor 1, Januari-Juni* , 39-52.
- Ayuwuragil, K. (2017, November 15). *Kemenkop UKM : 3,79 juta UMKM sudah go online*. Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171115161037-78-255819/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online?>
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Beekun, R. (1997). *Islamic Business Ethic*. Virginia: The International Institute of Islamic Thought.
- Bertens, K. (2013). *Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Budianto, A. (2019, Januari 11). *Kembangkan UMKM, Bukalapak Alokasikan Rp 1 Triliun*. Diambil kembali dari Sindo News: <https://ekbis.sindonews.com/read/1369765/34/kembangkan-umkm-bukalapak-alokasikan-rp1-triliun-1547220385>
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Estijayandono, K. D., Siradjuddin, & Haddade, A. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol.3, No.1, Januari-Juli* , 53-68.
- Fauroni, L., & Muhammad. (2002). *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan program AMOS 16.0*. Semarang: Badab Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harahap, N. (2018). *Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta*. Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Kwik Kian Gie. (1996). *Etika Bisnis Cina : Suatu Kajian terhadap Perekonomian di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Miyazaki, A., & A. Fernandez. (2000). Internet Privacy and Security: An Examination of Online Retailer Disclosures. *Journal of Public Policy & Marketing* 19, 54-61.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKN.
- Musdalifah. (2017). *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli Online di Kota Parepare*. Parepare: Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) .
- Muslich. (2011). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Nawangsari, A. (2011). *Structural Equation Modeling Pada Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Software Amos (studi kasus: perhitungan indeks kepuasan mahasiswa FMIPA UNY terhdap operator IM3)*. 2011: Program Studi Matematika Jurusan Pendidikan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nayla, A. P. (2014). *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*. Yogyakarta: Laksana.
- Oktarina, A. (2017). *Pengukuran Etika Bisnis UMKM Melalui Indeks Etika Bisnis Islam (Studi pada UMKM UPI Mino Ngudi Lestari Yogyakarta)*. Yogyakarta: Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Rabbani, D. (2018). *Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islami, Lokasi Usaha, dan Pendidikan Terhadap Pendapatan (Studi Pelaku Wirausaha Barang Bekas di Pasar Comboran Timur Kota Malang)*. Malang: Program Studi Magister Ekonomi Syariah Parscajarna Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rahayu, N. (2018, Januari 11). *HUT ke-8, Bukalapak Komitmen Berupaya Menaikkan Kelas UKM Indonesia*. Diambil kembali dari Warta Ekonomi: <https://www.wartaekonomi.co.id/read167037/hut-ke-8-bukalapak-komitmen-berupaya-menaikkan-kelas-ukm-indonesia.html>

- Roman, S. (2007). The Ethcis of Online Retailing: A Scale Development and Validation from the Consumers' Perspective. *Journal of Busiiness Ethics* 72, 131-148.
- Rosa, A. (2018). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Yang Berwawasan Lingkungan Terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Sa'ad, W. (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandarlampung)*. Lampung: Jurusan Ekonomi-Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- Salsabilati, S. L. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Comerce (Studi Pada penjual Pengguna Media Sosial Instagram)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2012). Analisis Faktor-faktor Kunci dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Konsumen Fesh Shop). *jurnal bisnis dan ekonomi (JBE)*, september 2012, 126-141.
- Zainul, N., Osman, F., & Mazlan, S. H. (2004). E-Commerce from an Islamic perspektive. *Electronic Commerce Research an Applications* 3, 280-293.