

DAFTAR RUJUKAN

- Abu Husaima. Sanggar Seni Latimojong Sebagai Wadah Penari Tari Pa'Jaga Lili di Kabupaten Luwu. t.t. t.p.
- Achjari, didi, Potensi Pemanfaatan Dan Problem Di E-Commerce, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*. Vol. 15, No. 3, 388-395.
- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alfi Haris Wanto. 2017. Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *Journal Of Public Sector Innovation*, Vol. 2 No. 1.
- Amalia, Luciana Spica. *Penerapan E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan*. STIE Perbanas. Surabaya. t.t.
- Anggito Albi dan Setiawan Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi. CV. Jejak.
- Apriadi Deni, dan Arie Yandi Saputra. 2017. *E-commerce* berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi -penjualan hasil pertanian. *Jurnal Resti*. Vol. 1 No. 2
- Artaya, I. Putu, and Tubagus Purworusmiardi. 2019. "*Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di Jawa Timur*." *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama*. Surabaya.
- Assadurachman, Afif. 2017. *Marketplace barang bekas kos yogyakarta*. Universitas islam Indonesia. Skripsi Tidak dipublikasikan.
- Cindy Rizal Putri Paramita. 2010. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dalam Bidang Kuliner*. Semarang : Thesis Tidak Diterbitkan.
- Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick. 2019. *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice*. t.p. t.t.p.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, t.t.p.: PT Syaamil Cipta Media.
- Deru R. Indika dan Cindy Jovita. 2017. Media sosial instagram sebagai sarana untuk meningkatkan minat beli konsumen, *Jurnal Bisni Terapan*, Vol. 01 No. 01.

- Didi Achjari. Potensi Manfaat Dan Problem Di *E-Commerce*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia 2000*, Vol. 15, No. 3, 388 – 395
- Diyana, evi. *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Dan Hasil Belajar Ski Siswa Kelas Viii Di Mts Al Huda Bandung Tulungagung*. skripsi tidak dipublikasikan.
- Djournaljakarta. *Kememparekraf luncurkan e-book fashion trend 21/22*. <https://journaljakarta.id/kememparekraf-luncurkan-e-book-fashion-trend-21-22/> diakses pada 11 April 2022.
- Dwi Hadya jayani. 2021. *kunjungan ke web shopee meningkat 5,8% pada kuartal III tahun 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>. Dikutip pada 10 April 2022
- Erika. 2017. Komunikasi Dan Media Social. *Jurnal The Messenger*. Volume III. Nomor 1.
- Erviana, Dewi. 2021. *Pengaruh media sosial, influencer dan e-commerce terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2017 IAIN Tulungagung*. Skripsi tidak diterbitkan.
- Fadhillah Nur.2020. Transaksi Bisnis E-Commerce Dalam Perspektif Islam, *Jurnal QIEMA*, vol. 6 No. 2.
- Farida, Nurul Lailatul fitria. 2021. *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Jajanan Oleh-Oleh Khas Trenggalek Di Kios Budidaya Mbak Rizky Di Dusun Kranding Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek*. Skripsi tidak diterbitkan.
- Freddy Rangkuti. 2004. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT.Raja Grafindo.
- Handrawan, Muhammad, dkk. 2021. Perkembangan Dan Dampak Positif Dan Negatif E- Commerce Bagi Umkm Sektor Furnitur Dan Konsumen. *Jurnal Calypra* Vol. 9 No.2.
- Hani Handoko. 1998. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hayono, Sugeng dan Nurlala. 2018. *Efektifitas Penggunaan Media E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Depok Dilihat Dari Etika Bisnis*, Jakarta. t.p.

Helmalia & Afrinawati. 2018. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dikota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* – Volume 3. No. 2

Hermawan, “Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki Shopee?”, dalam <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/>, diakses pada 10 Mei 2022

<https://kbbi.web.id/rencana>, dikutip pada 27 Mei 2022.

<https://kbbi.web.id/terap-2>. Dikutip pada 19 Februari 2022

<https://kbbi.web.id/upaya>. Dikutip pada 28 Mei 2022

Indah dwi safitri. 2020. *Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Ekonomi Umat (studi kasus alidien marketplace Surabaya)*. Skripsi tidak dipublikasikan.

Inkiriwang, Nevi Yuliana .2019. *Implementasi Bauran Pemasaran Melalui Kegiatan Sales E-Commerce Pada Ota (Online Travel Agent) (Studi Kualitatif Tentang Implementasi Bauran Pemasaran Melalui Kegiatan Sales E-Commerce Pada Ota (Online Travel Agent)*. Yogyakarta. Thesis Tidak dipublikasikan.

Iyang Yustika. 2011. *Kinerja Aparatur Dinas Kesehatan Dalam menerapkan sistem informasi rumah sakit (SIRS) di provinsi jawa barat*. Skripsi tidak dipublikasikan.

Joseph P Cannon.dkk. 2008. *Pemasaran Dasar – Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba empat.

Joy Roesma dan Nadia Mulya. 2018. *Media Sosialita: Eksis Narsis Jadi Daring Darling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Julita Ami. 2017. Pelaksanaan Izin Usaha Mikro Dan Kecil (IUMK) Gratis Di Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru. *JOM Fisip* Vol. 4 No. 1.

Kusbandono, Danu dan Rosyad Sabilar. 2019. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-commerce Untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen Terhadap Penjualan Bibit Ikan Di Desa Plosobunden Kec. Deket Kab. Lamongan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sains (SnasTekS)*. ISBN: 978-623-91277-6-3.

Lexy. J. Moleong. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- M. Fuad. Dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- M. Suyanto. 2003. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi Yogyakarta.
- Mahir Pradana. 2015. Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-Commerce* Di Indonesia. *Jurnal Neo-bis* Volume 9. No. 2.
- Mardiana Wati dan A. R. Rizky. 2009. *5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook*. Bandung: Yrama Widya.
- Maya Mitra Kuswanti. 2016. *Analisis Penerapan Akad Pembiayaan Take Over Dan Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro Blitar*. Skripsi tidak dipublikasikan.
- Mokhtar NF, Zuha RAH, M Abu SAH. 2016. *Applying Technology Organization and Environment (TOE) Model in Social Media Marketing Adoption : The Case of Small and Medium Enterprise in Kelantan*. Malaysia: The Social Science.
- Monavia Ayu Rizaty, 2022. *Penggunaan instagram di Indonesia bertambah 3.9 juta pada kuartal IV-2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/penggunaan-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>. Diakses pada 10 April 2022 .
- Moonti, Usman. 2015. *Mata Kuliah Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Interpena.
- Muhammad Fadlan. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Privasi, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce*. UNMUH Purwokerto. Purwokerto.
- Mustar Aman. 2021. Pemanfaatan E-Commerce dalam meningkatkan penjualan dengan Pendekatan Sistem Berorientasi Objek Pada D'SHOP, *Jurnal IPSIKOM*, Vol. 9 No. 1.
- Mustar Aman. 2021. Pemanfaatan E-Commerce dalam meningkatkan penjualan dengan Pendekatan Sistem Berorientasi Objek Pada D'SHOP, *Jurnal IPSIKOM*, Vol. 9 No. 1.
- Nafidah, L.N., dan Anisa, N. 2017. Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Desa di Kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vol. 10, No. 2.
- Ni'matuzahroh dan Susanti Prasetyaningrum. 2018. *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

- Niswa Nur Iaili. 2022. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion Muslim Pada Toko Antaradin Hijab di Shopee*. Skripsi tidak dipublikasikan.
- Nurmalina Rita, dkk. 2015. *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Bogor : IPB Pers.
- Parta ibeng. Pengertian Perencanaan, Fungsi, Tujuan, Beserta Jenisnya. Dalam <https://pendidikan.co.id/pengertian-perencanaan-fungsi-tujuan-beserta-jenisnya/> Dikutip pada 28 Mei 2022.
- Philip Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pradana, Mahir. 2015. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis *e-commerce* di Indonesia." *Neo- Bis* 9.2.
- Prafitasari, Ardina dan Wilujeng Ferida Asih. 2006. Organisasi Kepemudaan yang efektif dan Efisien dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Desa Darungan Kecamatan Wlingi. *Jurnal translitera* edisi 4.
- Pramesti Puji, dan Dwijayanti Andina. 2021. Mengintegrasikan Sosial Media dan *E-commerce* dalam Pemasaran dandangv(Studi deskriptif kualitatif pada UMKM dandang MJ). *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*. Vol 4 No. 2.
- Prihatiningsih Witanti. 2017. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Dikalangan Remaja. *Jurnal communication VIII*. Nomor 1.
- Rahayu. Budi Tanama Putri. *Manajemen Pemasaran*, Fakultas Peternakan Universitas Udaya. t.t.
- Rahmawati Suci Dwi. 2021. Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-commerce, *Jurnal National Conference Of Islamic Natural Science*. Vol XX .
- Restiyani, Renny. 2021. *Penerapan Akad Murabahah pada bank Muamalat Indonesia TBK*. Skripsi Tidak dipublikasikan.
- Ridwan Sanjaya. 2019. *Mudah Membuat Aplikasi Pemasaran Digital 360 Derajat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ridwan. 2004. *Statistika untuk lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Rini Yustiani dan Rio Yunanto. 2017. *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Komputa* Vol.6 No.2

- Rokhmat Subagiyo. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Rukajat Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitatif Research Approach)*. Sleman: Deepublish.
- Sakti, Nufransa Wira. 2001 *Perpajakan dalam E-commerce, Belajar dari Jepang*. dalam Berita Pajak No. 1443/ tahun XXXIII/15 Mei 2001. t.p.
- Shabur Miftah Maulana. 2015. Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan *Online* (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 29 No. 1.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitan Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sulistyawati, Eka Septianan dan Widayani, ana. 2020 Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm Di Kota Blitar, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 4. No. 1.
- Sumarni teti dan Melinda Linda Daniati. 2020. Media Sosial dan E-Commerce Sebagai Solusi tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemic Covid-19 (studi Kasus: UMKM Warung Salapan), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 N0. 2.
- Tasqiah laily. 2018. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi E-Commerce Di Media Sosial Serta Relevansinyadengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*. Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Taufiqurokhman. 2008. *Konsep dan Kajian Ilmu Penerapan*. Jakarta: Fisip Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama .
- UU No. 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan transakasi secara elektronik deiaksanakan berdasarkan atas kehati-hatian, kepastian hukum, dan kebebasan dalam memilih menggunakan teknologi di Indonesia.
- Wahyuni nuraida, Ade, dan Akbar. Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon. *Jurnal teknik industri*, Universitas Sultan ageng Tirtayasa. t.t.
- Wahyuni, arum. 2017. Efektifitas Media Social Sebagai Media Promosi, *Jurnal Tirtayasa Ekonomi*. Vol 12. No. 2.
- Wijaya, Desy. *Marketplace pedia*. Laksana. Yogyakarta. t.t.

- Yulianti, Farida, Lamsah dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish: Sleman.
- Yulistia. 2017. Analisis Pengaruh Efektivitas Dan Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Sikap Dan Perilaku Pengguna Dengan Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus UKM Kota Palembang). *Jurnal Jatisi*. Vol. 4 No. 1.
- Zaki, Ahmad . 2018. *Penerapan Dua Bahasa (Arab Dan Inggris) Dalam Komunikasi Antar Santri Di Pondok Pesantren Al-Kautsar Pekanbaru*. Thesis. Universitas Islam Riau. Tidak dipublikasikan.