

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Arista Prasetyo. 2022. *Strategi Efektif Internet Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ahmad. 2022. “*Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, dan Manfaat*”. <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>. (Diakses pada 10 September 2022)
- Akbar. Mohammad Aldrin, dkk. 2020. *E-Commerce, Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ananda, Viona. 2021. *#LocalPride, Apa yang Mmembuatnya Menjadi Eksis?*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/02/03/localpride-apa-yang-membuatnya-menjadi-eksis>. (Diakses pada 10 September 2022)
- Anggraini, Rahma. 2018. *Skripsi: “Tahap-Tahap Penelitian Kualitatif”*. Yogyakarta: UIN Yogyakarta.
- Anjuni, Adi Ratna Dwi. 2021. “*Peran Media Sosial dalam Pemasaran bagi Peningkatan Volume Penjualan Iphone di Toko Myvestore Tulungagung*”. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
- Ardiansyah, Irfan. 2020. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: Cendekia Press.
- Avatar, Arfianto. 2021. *Customer Support: Pengertian Tugas dan Manfaatnya*. <https://www.barantum.com/blog/customer-support/#>. (Diakses pada 13 Oktober 2022)
- Ayodya, Wulan. 2020. *UMKM 4.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bonita. 2011. *5 Langkah Sukses Jualan Online di Dinomarket.com*. Jakarta: PT Elx Media Komputindo.
- Caplin, James P. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chandra, Fabian. 2021. *Social Media Marketing*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Departemen Pendidikan Indonesia Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2003. Jakarta: Balai Pustaka.

- Dharmmesta, Basu Swastha. 1999. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Farid, Muhammad dan Eva Farha. 2019. “*Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya*”. *Jurnal Pariwisata dan Budaya* Vol. 22 Jilid 2 No.1
- Faustina, Maria Gabriella, dkk. 2019. “*Pengaruh Web Design Terhadap Intensi Pembelian Produk Fesyen*”. *Jurnal IMAGE I*, Vol. 8 No. 1.
- Fiantika, Fenita Rita, dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fitrah, MuhdanLuthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian: Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: TimCVJejak.
- Harmayani, dkk. 2020. *E-Commerce, Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Helaludin dan Hengki Wijaya. 2019. *Analitis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktek*. Makassar: STT Jaffary.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2021. *15+ Social Media Marketing Apps*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hendrawan, Feri. 2021. “*Manfaat dan Dampak E-Commerce Pada Toko Donga Dang Panorama, Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen*”. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Insani, Fadhillah. 2021. “*Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMKM di Kota Medan)*”. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Irawan, Alqa Ridho. 2021. “*Strategi Komunikasi Media E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan Produk Bangbrew*”. Medan: Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara
- Irmawati, Dewi. 2011. “*Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*”. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-Vi*.
- Istijanto. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Jupriyanto, Edwin dan Stephanie Adelia. 2020. "Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee". Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 14 No. 1.
- Lidwina, Andrea. 2021. *Produk Fesyen Menjadi Primadona di E-Commerce*. <https://www.databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/6/09/produk-fesyen-jadi-primadona-di-e-commerce>. (Diakses pada 10 September 2022)
- Linarta, William dan Tony Wibowo. 2021. "Studi Deskriptif Pengaruh Tampilan Grafis Pada Marketplace Case Studi Shopee dan Tokopedia". Jurnal ComBinEs, Vol. 1 No. 1.
- Mekarisce, ArnildAugina. 2020. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat", Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol.12 No. 3.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman dan Zoe Saldana. 2020. *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publication, Inc.
- Mulyadi. 2005. *Akutansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Munsarif, Muhammad, dkk. 2022. *Pengantar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nanda, Anisa Yusrin, 2018. "Analisis Strategi E-Commerce yang Efektif bagi Pengguna E-Commerce". Jurnal Manajemen dan Inovatif (MANOVA) Volume 1 Nomor 1.
- Narmawati, Umi dan Ataliya Prataya. 2022. *Women Leadership In Technopreneurship*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Nimda. 2012. *Apa Itu E-Commerce*. <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>. (Diakses pada 11 September 2022)
- Nizarisda, Aghnia Hilya. 2021. *3 E-Commerce Ini Paling Banyak Digunakan pada 2021, Siapa Pemenangnya?*. <https://www.parapuan.co?amp?533122812?3-e-commerce-ini-paling-banyak-digunakan-pada-2021>. (Diakses pada 10 September 2022)
- Olson, Peter. 2006. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, D. Sihombing (penerjemah). Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

- Prasetyo, Adhi, dkk. 2021. *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pratiwi, Dwi Oktaviani. 2019. “*Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.com di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*”. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Pratiwi, NuningInda. 2017. “*PenggunaanMediaVidioCallDalamTeknologiKomunikasi*”. *Jurnal IlmiahDinamikaSosial*Vol.1No.2.
- Rahman, Faldi dan Aang Kunaifi. 2022. *Manajemen Pemasaran Syariah: Konsep Dasar E-Marketing dan Strategi*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Srategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rerung, Rintho Rante. 2018. *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogtyakarta: Deepublish.
- Riphat, Singgih. 2022. *Pajak E-Commerce: Sebuah Pengertian Awal*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rivai, Veithzal. 2012.*Islamic Marketing*.Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rukajat, Ajat. 2012. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Sleman: Deepublish.
- Rusmanto. 2020. *Manajemen Hubungan Pelanggan, Teori dan Implementasi dengan Aplikasi Web dan Media Sosial*.Jakarta: NF Press.
- Sa'adah, Lailatus. 2021. *CustomerRelationshipManagement Pada CV Zam-Zam*.Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sanusi, Arsyaad. 2011. *Hukum E-Commerce*.Jakarta: Sasrawana Printing.
- Santia, Tiara. 2020. *Lewat Local Brands Expo 2020, Ratusan UMKM Bisa Go Digital*.<https://m.liputan6.com/bisnis/read/4415125/lewat-local-brands-expo-2020-ratusan-umkm-bisa-go-digital>. (Diakses pada 10 September 2022)
- Sara, Kartika Dwi. 2020. “*Peran Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*”

- (UMKM) dalam Perspektif Islam”. Surabaya: Universitas Wijaya Putra.
- Shopee. 2021. *Tips Meningkatkan Penjualan Melalui Foto Produk*. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7482>. (Diakses pada 13 Oktober 2022)
- Shopee. 2022. *Apa Saja Fitur Promosi Untuk Penjual di Shopee*. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/16049>. (Diakses pada 17 Oktober 2022)
- Shopee, 2022. *Tentang Batas Maksimal Jumlah Produk*. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/7012>. (Diakses pada 17 Oktober 2022)
- Sopiah. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Supriyadi, Eddy. 2020. *Sistem Informasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Supriyani, Tatik, dkk. 2020. *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website dan Media Sosial*. Surabaya: CV. Jakad Media Publisng.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Buku Seru.
- Suratman, Bambang, dkk. 2019. *Kiat Sukses Pemasaran Online Bagi Petani*. Sidoarjo: Zifatama Jawaara.
- Stephanie, K. Marrus. 2002. *Desain Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Swalani, Dhiraj Kelly. 2021. *Digital Marketing: BrandsImages*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Syafi'i, Imam. “Berapa Kali Idealnya Upload Postingan di Instagram”, Youtube, diunggah oleh Satoeasa, 29 Maret 2021, <https://youtu.be/f-O3XZwQ14>, (Diakses pada 17 Oktober 2022)
- Tim. 2022. *6 Cara Mmembuat Feed Instagram Kamu Menarik Layaknya Influencer*, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211206114521-37-296912/6-cara-buat-feed-instagram-kamu-menarik-layaknya-influencer>. (Diakses pada 6 Oktober 2022)

- Triftiyanto, Kabul. 2019. “*Pengaruh Dimensi Online Visual Mercandising dan Promosi Penjualan Online Terhadap Impulse Buying*”. Jurnal HUMMANSI Vol. 2 No.2.
- Tristan, Theodore. 2019. *Sneakers Asal Indonesia yang Layak Dilirik*.<https://ussfeed.com/sneakers-asal-indonessia-yang-layak-dilirik/sneakers/>. (Diakses pada 11 September 2022)
- Usman,Husein. 1996. *Metodologi Penelitian Sosial*.Jakarta:Bumi Aksara.
- Wahyudiyono. 2016.“*Transaksi E-Commerce Masyarakat Jawa Timur*”. Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, Vol.6 No.3.
- Widiyanro, Ibnu dan Sri Lestari Prasilowati. 2015. “*Perilaku Pembelian Melalui Internet*”, JMK, VOL. 17, NO. 2.
- Wijaya, Andi, dkk. 2022. *The Art of Digital Mrketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*.Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wijaya,Hengki. 2018. *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*.Makassar :STTJaffray
- Wijaya, Ocarius Y. A. 2019. *Strategi Manajemen*.Klaten: Lakeisha.
- Wipraja, Alexander dan Hendy Aribowo. 2021. “*Pengaruh Tampilan Antarmuka Terhadap Minat Beli Pelanggan M-Commerce*”. Jurnal EKSEKUTIF Volume 18 No. 2.
- Wipraja, Alexander, dkk. 2019. “*Desain Prototyping Sistem Informasi Manajemen Layanan Reservasi Hotel X Berbasis Web*”. Jurnal EKSEKUTIF Volume 16 No. 2.
- Zakariah, M. Askari, dkk. 2020. *Metodologi Pnelitian Kuantitatif, Kualitatif Action Research, Research and Development (R and D)*. Tanah Datar: Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warramah.
- Zein, Afrizal dan Emi Sita Eriana. 2020. *Pengantar Teknologi Web*.Indramayu: CV. Adanu Abimata.