

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, Atik, Kasuwi Saiban, and Misbahul Munir. "Peran Al-Quran Dan As-Sunnah Dalam Perkembangan Ekonomi Syariah:Kajian, Peluang Dan Tantangan Fintech Syariah." *Muslim Heritage* 7, no. 1 (2022): 01–27. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v7i1.3628>.
- Aisyah, Andi, Sukma Nia, Yulianti, and Aini Indrijawati. "Digital Marketing Dan Kesejahteraan Ekonomi Bagi Pattenng Sabbe Desa Pakkanna Kabupaten Wajo." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora* 6, no. 1 (2022): Hal. 26-34.
- Al-Arif, M. Nur Riyanto. "Penjualan On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan* 13, no. 1 (2013): 33. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v13i1.33-48>.
- Allister, Davin, Levira Leo Gunawan, Yuwono Prianto, Studi Ilmu Hukum, and Universitas Tarumanagara. "PENGEMBANGAN UMKM DIGITAL SEBAGAI UPAYA KETAHANAN BISNIS PASCA PANDEMI COVID-19 Transformasi Digital . Perubahan-Perubahan Itu Terjadi Untuk Penyesuaian Proses Bisnis Seperti," no. 1 (n.d.): 85–92.
- ANSORI, AAN. "Digitalisasi Ekonomi Syariah." *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 1–18. <https://doi.org/10.32678/ijei.v7i1.33>.
- Awaliyah, Chica, Dini Angraeni Dewi, and Yayang Furi Furnamasari. "Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 7868–74. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2259>.
- Dhillon, Rashem, and Sukhpreet Kaur. "Review Paper on E-Business & CRM." *International Journal*, 2012.
- E-commerce, E-business D A N. "Membangun Strategi E-Bisnis (Terjemahan Canada ' s Business and Consumer Site ," 3, no. 3 (2009): 67.
- Edo Parpadma Nagri. "Peran Digitalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam." *Journal of Practice Learning and Educational Development* 1, no. 4 (2021): 149–52. <https://doi.org/10.58737/jpled.v1i4.25>.
- Filbert, Marcel, and Astri Wulandari. "Analisa Penerapan E-Commerce Pada Ukm Keykey Frozen Food Cimahi Tahun 2018." *E-Proceeding of Applied Science* 4, no. 3 (2018): 765–79.
- Fitria, Tira Nur. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 01 (2017): 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.
- Garini, Mutiara Puspa, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto.

- “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era Covid 19.” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1 (2022): 99–110. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.122>.
- Gunelius, Susan. *30-Minute Social Media Marketing: Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*, 2011.
- Ham, Ferry Christian, Herman Karamoy, and Stanly Alexander. “Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado.” *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi* 13, no. 02 (2018): 628–38. <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19922.2018>.
- Jaya, Umban Adi, and Anugerah Nur Raya. “Pengaruh E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Penjualan Umkm Di Era Pandemi (Studi Kasus Desa Cibolang).” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2022): 378–87. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.100>.
- Kumala, Sindy Lita. “Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia.” *Journal of Economics and Regional Science* 1, no. 2 (2022): 109–17. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>.
- Kumalasanti, Maria. “Pengaruh Konten Pemasaran Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Yogyakarta.” *Journal Competency of Business* 6, no. 01 (2022): 77–94. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1306>.
- Langdon, Ryan J, Paul D Yousefi, Caroline L Relton, and Matthew J Suderman. “ANALISIS PELUANG E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH PRODUK BATIK. (Studi Kasus Pada Usaha Batik Di Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4, no. 4 (2015): 42–49. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9226>.
- Laudon, Kenneth C., and Jane P Laudon. *Manajemen Information System: Managing the Digital Firm*. New Jersey: Prentice Hall, 2010.
- Mahir, Pradana. “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce.” *Jurnal Neo-Bis* 9, no. 2 (2015): 32–40.
- Mahri, A. Jajang W., Cupian, M. Nur Rianto Arif, Tika Arundina, Tika Widiastuti, Faizul Mubarak, Muhamad Fajri, Azizon, and Aas Nurasyiah. *Ekonomi Pembangunan Islam*, 2021.
- Makmur, Setia Murti. “Pengembangan Industri Rumah Tangga Sektor Kuliner melalui Penerapan.” *Universitas Negeri Makasar*, no. 1 (2019).
- Maria, Nugroho Sumarjiyanto Benedictus, and Tri Widayati. “Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media

- Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi.” *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen* 6, no. 2 (2020): 234–39. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3801>.
- Martinsons, Maris G. “Relationship-Based e-Commerce: Theory and Evidence from China.” *Information Systems Journal* 18, no. 4 (2008): 331–56. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2008.00302.x>.
- Maulida, Utami. “Marketplace Shopee Sebagai Alternatif Mengembangkan Ekonomi Kreatif Di Masa Pasca Pandemi Covid-19.” *Madani Syariah* 5, no. 1 (2022): 33–42.
- Medah, Melgiana. “E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran.” *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma* 4, no. 1 (2014): 74–81. <https://doi.org/10.35968/jsi.v4i1.81>.
- Muafidah, Muafidah, and Raya Sulistyowati. “Pengaruh Digital Marketing Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Akuntabel* 18, no. 4 (2021): 661–68. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9834>.
- Mukhsin. “Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm).” *Teknokom* 2, no. 1 (2019): 1–10. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v2i1.25>.
- Musnaini, Musnaini, Universitas Jambi, Audia Junita, Universitas Harapan Medan, Hadion Wijoyo, and Irjus Indrawan. *Digital Business*, 2020.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020.
- Nidaul Khasanah, Fata, Herlawati, Seta Samsiana, Rahmadya Trias Handayanto, Anita Setyowati Srie Gunarti, Irwan Raharja, Maimunah, and Benrahman. “Pemanfaatan Media Sosial Dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19.” *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat* 1, no. 1 (2020): 51–62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>.
- Pertiwi, Dewanti, and Henni Gusfa. “Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute.” *Jurnal Media Kom* VIII, no. 2 (2018): 45–57.
- Prastyaningtyas, Efa Wahyu, Nila Dwi Aprilia, Surryanto Djoko Waluyo, Herlina J R Saragih, Ekonomi Pertahanan, Fakultas Manajemen Pertahanan, L. Hadi Adha, et al. “Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia the Development of Indonesia ’ S Digital Economy.” *Jurnal Lentera Bisnis* 1, no. 2 (2018): 245–59. <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8375>.
- Pratama, Putri, and Jaharuddin. “Rekonstruksi Konsep Profitabilitas Dalam Perspektif Islam.” *Ikraith-Humaniora* 2, no. 2 (2018): 101–8.

- journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/226/125.
- Riswandi. “Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 13, no. April (2019): 15–38.
- Schouten, John W., and James H. McAlexander. “Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers.” *Journal of Consumer Research* 22, no. 1 (1995): 43. <https://doi.org/10.1086/209434>.
- Setianingtyas, Ayu, and Eka Indah Nurlaili. “Analisis Social Media Marketing Dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 2 (2020): 207. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2365>.
- Sousa-Zomer, Thayla Tavares, Andy Neely, and Veronica Martinez. “Digital Transforming Capability and Performance: A Microfoundational Perspective.” *International Journal of Operations and Production Management* 40, no. 7–8 (2020): 1095–1128. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-06-2019-0444>.
- Srisadono, Wahyu. “Strategi Perusahaan E-Commerce Membangun Brand Community Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Omset Penjualan.” *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1, no. 1 (2018): 167–79. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/552/279>.
- Subekti, Mohammad. “Pengembangan Model E-Bisnis Di Indonesia.” *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 5, no. 2 (2014): 925. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2338>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RnD*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Taan, Hapsawati, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid, and Indriyani. “Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image.” *Journal of Management & Business* 4, no. 1 (2021): 315–30. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>.
- Triono, Maulid Agung. “Optimalisasi Manajemen Desain Pada Media Komunikasi Website Untuk Meningkatkan Aktivitas Bisnis.” *Jurnal Nomosleca* 5, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v5i2.3639>.
- Ummah, Linda Durotul. “Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management.” *Nuansa Informatika* 12, no. 2 (2018): 10–17. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i2.1350>.
- Vafainia, Saaid, Els Breugelmans, and Tammo Bijmolt. “Calling Customers to Take Action: The Impact of Incentive and Customer

- Characteristics on Direct Mailing Effectiveness.” *Journal of Interactive Marketing* 45, no. January 2019 (2019): 62–80. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.11.003>.
- Wahyono. “Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 2002.
- Watie, Errika Dwi Setya. “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media).” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.
- Wibowo, Edwin Agung. “Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis.” *Equilibiria* 1, no. 1 (2016): 95–108.
- Widiastuti, Tri, Fariha Azzahra, Elisa Teguh Prasetyani, and Diaz Fajar Ilyasa Fatkhur. “Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional Umkm Di Kelurahan Mlatibaru Semarang.” *Jurnal Riptek* 15, no. 1 (2021): 67–69.

