

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Jamaludin, Zainul Arifin Dan Kadarismasn Hidayat, “*Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang)*”, *Administrasi Bisnis* 21, no. 1 (2015).
- Ade Raisha Nurgayatri, “*Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira*”, *e-Proceeding of Management* 3, no. 3 (2016) .
- Agustin Dyah Utami dan Ramadian Agus Triyono, “*Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi Dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship Di Batik Solo 85*”, *Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi* 3, no. 3 (2011).
- Ainoru, “*Apa Itu Droship? Dan Bagaimana Cara Kerja Sistem Dropship*”, 17 Maret 2018. https://ainoru-com.cdn.ampproject.org/v/s/ainoru.com/apa-itu-dropship.html/amp?amp_js_v=a2&_gsa=1&usqp=mq331AQCCA%3D#referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=Dari%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fainoru.com%2Fapa-itu-dropship.html
- Algifari, “*Analisis Regresi Teori Kasus dan Solusi SPSS*”, (Yogyakarta: BPEE, 2000).
- Andi Makkulau, Djabir Hamzah, Rahman Laba, “*Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Market Share Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis Business Model Canvas (BMC) Dan SWOT Analisis Pada PT Semen Tonasa*”, *JBMI* 14, no. 2, (2017).
- Bahtsul Masail, “*Hukum Jual Beli Online*”, 15 April 2014 pukul 04:01. <http://www.nu.or.id/post/read/51420/hukum-jual-beli-online>.
- Boyd Walker Larreche, “*Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orintasi Global*”, (Jakarta: Erlangga, 2000).
- Buchari Alma, “*Pengantar Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 301-302.
- Burhan Bungin, “*Metodologi penelitian sosial & ekonomi*”, (Jakarta: Prenadamedia, 2015).
- Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia 2017 Berdasarkan Survey APJII, Diakses Pada 13 Februari, 2019.

- <http://isparmo.web.id/2018/08/01/data-statistik-pengguna-internet-di-indonesia-2017-berdasarkan-survey-apjii/>.
- Duwi Priyatno, "*Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*", (Yogyakarta: Mediakom, 2010).
- Freddy Rangkuti, "*Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009).
- Giam Wan Lie dan Denny Bernardus, "*Pengaruh Layanan Driopshipper Terhadap Kepuasan Konsumen End-User Prima*", Manajemen dan Star-Up Bisnis 2, no. 4
- Ika Yunia Fauzia, "Akad Wakalah dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli Online", Studi Keislaman 9, no. 2 (2015).
- Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*", (Semarang: BP Undip, 2008).
- Iwan Fahri Cahyadi, "*Sistem Pemasaran Dropship Dalam Perspektif Islam*", Tawazun: Journal Of Sharia Economic Law 1, no. 1 (2018), 40-42.
- Jeff Madura, *Introduction To Business*, Terj. Saroyini W. R. Salib, (Jakarta: Salemba Empat, 2001).
- Masrukhin, "*Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*", (Kudus: Media Ilmu Press, 2008).
- Mudrajad Kuncoro, "*Metode Kuantitatif*", (Yogyakarta; UPP AMP YKPN, 2001).
- Muhammad Sholeh, "*Cara Promosi Online Yang Efektif Untuk UKM dan Online Shop*", 25 Februari 2019. <https://kirim.email/cara-promosi-online-yang-efektif/>
- Muhammad Teguh, "*Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi Dan Bisnis*", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).
- Mukti Fajar Nur Dewata, "*The Problematics In Measurement Of Market Share*", Yudisial 10, no. 3, (2017).
- Muri Yusuf, "*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*", (Jakarta: Prenadamedia, 2015).
- Nugroho J. Setiadi, "*Business Economics And Managerial Decision Making: Aplikasi Teori Ekonomi Dan Pengambilan Kpeutusan Manajerial Dalam Dunia Bisnia*", (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008).
- Phillip Kotler dan Gary Armstrong, "*Principles Of Marketing*", (New Jersey: Pearson Education Inc, 2004).

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 1999).
- _____, “*Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*”, (Jakarta: Erlangga, 2008).
- _____, *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2008).
- _____, “*Principles Of Marketing*”, (New Jersey: Pearson Education Inc, 2004).
- Pribadi W, “*16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet: Mempromosikan Bisnis Dan Menjaring Pasar Lebih Luas*”, (Jakarta: Bukune, 2010).
- Stefanie Adelia, “*Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Ada Ravel Online*”, *Manajemen Pemasaran* 12, no. 2 (2018).
- Sugiyono, “*Statistika Untuk Penelitian*”, (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Thorik Gunara, “*Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad saw*”, (Bandung: Masania Prima, 2007).
- Wahana Komputer, *Seni Belajar Sekejab Raih Peluang Usaha Dengan Web Marketing*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2010).
- _____, “*Apa & Bagaimana E-Commerce*”, (Yogyakarta: C. V. Andi Offset, 2006).
- Windsirumapea, “*PERSAINGAN BISNIS SESUAI SYARIAH*”, 10 Oktober 2012.
<https://windsirumapea.wordpress.com/2012/10/10/persaingan-bisnis-sesuai-syariah/>.
- Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*”, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015).
- Yudi Efendi, “*Hukum Jual Beli Online Dalam Fiqih Muamalah*”, 30 April 2017.
<https://wawasankeislamanblog.wordpress.com/2017/04/30/hukum-jual-beli-online-dalam-fiqih-muamalah/>
- Zida Farha, “*Hukum Jual Beli Online dalam Islam*”, 29 Mei 2016 pukul 22:35.
<https://www.kompasiana.com/zidafarha/574afc5a6b7e614813344010/hukum-jual-beli-online-dalam-islam>