

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A.Z, Zendo, A.T, Naufal, E.W, Nuryaningrum, N, Farahdhila, S.A,Cahyaningrum, I. 2020. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran ProdukUmkm di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, April, 10(1):17-31, <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/view/359>, diakses tanggal 7 Januari 2021.
- Anderson, A. and J. Park. 2007. "Entrepreneurial Social Capital – Conceptualizing Social Capital In New High-Tech Firms". *International Small Business Journal*,25(3), 245-272,https://www.researchgate.net/publication/43294360_Entrepreneurial_Social_Capital_Conceptualizing_Social_Capital_in_New_High-tech_Firms ,diakses tanggal 28 Mei 2021.
- Arianty, N. 2020. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari Pada Pt. I Tbk. Medan". ,101-115.<https://media.neliti.com/media/publications/28885-ID-pengaruh-promosi-terhadap-keputusan-pelanggan-menggunakan-kartu-mentari-pada-pt.pdf>, diakses tanggal 10 Agustus 2021.
- Bowey, J. L. and G. Easton. 2007. "Entrepreneurial Social Capital Unplugged –An Activity-Based Analysis",*International Small Business Journal*, 25(3):273-306, <https://doi.org/10.1177%2F0266242607076528> ,diakses tanggal 28 Mei 2021.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: SatuNusa.
- Danes, S.M., Stafford, K., Haynes, G. and Amarapurkar, S. 2009. "Family Capital Of Family Firms:Bridging Human, Social, And Financial Capital", *Journal Family Business Review*, 22(3):199-215,<https://doi.org/10.1177%2F0894486509333424>, diakses tanggal 27 Mei 2021.
- Elisa. 2018. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Titip pada Praktik JualBeli Online*.Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas IslamNegeriKalijaga Yogyakarta, Yogyakarta,<http://digilib.uin-suka.ac.id/30494/> , diakses tanggal 11 Januari 2021.
- Ernantika, D. 2019. *Analisis Fatwa Dsn-Mui No.113/Dsn-Mui/Ix/2017 TentangAkad*

Waka>Lah Bi Al-Ujrah Terhadap Bisnis Personal Shopper/Jastip di Wilayah Ponorogo. Skripsi, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, Ponorogo, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/6088/> , diakses tanggal 10 Maret 2021.

Field, John. 2010, Modal Sosial. Bantul: Kreasi Wacana.

Husna, D. 2019. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Mekanisme Penetapan Ujrah Pada Jasa Titip Beli Online (Studi Kasus Di Akun Instagram @Jasatitipqya)*. Skripsi, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Banten, <http://repository.uinbanten.ac.id/3753/> , diakses tanggal 31 Maret 2021.

Khamaria, D. 2019. *Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.

Laohapensang, O. 2009. "Factors Influencing Internet Shopping Behaviour: A Survey Of Consumers In Thailand", *Journal of Fashion Marketing And Management*, 13(14):501-513, <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1361-2026>, diakses tanggal 7 Januari 2021.

Lamb Jr, Charles W, Joseph Hair Jr, Carl Daniel, 2001. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta : PT Salemba Empat.

Lesmana, G. N. A. 2012. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT XL Axiata)*. Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta, <https://adoc.pub/universitas-indonesia-analisis-pengaruh-media-sosial-twitter.html>, diakses tanggal 31 Maret 2021.

Mahriani, E. 2020. "Model Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19", *Jurnal Hadartul Madaniya*, Juni, 7(1):9-14, <http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/jhm/article/view/1596> , diakses tanggal 10 Maret 2021.

Mahesti, I. P, dan Gusti. 2019. "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online", *Journal Ilmu Hukum*, November, 7(10):1-17, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/download/54596/32341>, diakses tanggal 10 Maret 2021.

- Marta, R. 2015. "Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kain Tenun Songket Silungkang", *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, November, 6(2):147-160, <https://media.neliti.com/media/publications/233776-penggunaan-facebook-sebagai-media-komuni-810dc9d5.pdf>, diakses tanggal 7 April 2021.
- Muchtar, M. 2019. "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Penanganan Barang Jasa Titip (Studi Kasus Kpu Bc Tipe C Soekarno-Hatta)". *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 3(2):130-153, <http://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/PBC/article/view/521/353>, diakses tanggal 31 Maret 2021.
- Muslich, I. S, dan Irwansyah. 2019. "Instagram dan Fenomena Jastip di Indonesia", *Journal Communication Spectrum*, 9(1):143-157, http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/, diakses tanggal 7 Januari 2021.
- Mustomi, D, Puspasari, A, Azizah, A, Wijayanti, D. 2020. "Analisis Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Akrab Juara*, November 5(4):48-57, <https://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1241/1091>, diakses tanggal 1 April 2021.
- Moleong, L. J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Darma D.A, Erlina, dan Iskandar Muda. 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia". *Jurnal Benefita*, Juli, 5(2):212-224, <http://ejournal.ildikti10.id/index.php/benefita/article/download/5313/1812>, diakses tanggal 28 Mei 2021.
- Nasution M. F, dan Yasin Hanifa. 2014. "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Oktober, 14(2):135-143, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/182>, diakses tanggal 9 Agustus 2021.
- Nebus, J. 2007. "Building Collegial Information Networks: A Theory Of Advice Network Generation", *Journal Academy Of Management Review*, 31(3):615-637, <https://www.jstor.org/stable/20159232?seq=1>, diakses tanggal 27 Mei 2021.
- Nuhlia, R. 2018. "Jaringan Sosial Pada Pengusaha Kopi Bubuk Dikecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang", *Jurnal Commersium*,

1(2):1-15,

[Http://Ejournal.iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Jurnalcommercium/Article/View/488](http://Ejournal.iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Jurnalcommercium/Article/View/488) ,diakses Tanggal 28 Mei 2021.

Nurbaya, Chandra, W, Ansar. 2020. "Perubahan Sistem Pelayanan Makanan Pada Usaha Kuliner Selama Masa Pandemi Covid-19 Dan Era Kebiasaan Baru Di Kota Makassar". *Jurnal Kesehatan Manarang*, Oktober, 6:61-68, <https://www.jurnal.poltekkesmamuju.ac.id/index.php/m/article/download/335/120/>, diakses tanggal 8 April 2021.

Pusparisa, Y. 2020. E-Commerce Tumbuh di Tengah Pandemi Covid-19", <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5ec48b7f099d1/e-commerce-tumbuh-di-tengah-pandemi-covid-19>, diakses tanggal 18 Juni 2021.

Rizki, D. A. 2020. *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Jasa Titip Jual Beli Online Melalui Instagram: Studi Kasus Toko Online Joyfull Di Purwokerto*. Skripsi, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto, http://repository.iainpurwokerto.ac.id/8043/2/Della%20Rizki%20Amanda_Tinjauan%20Hukum%20Ekonomi%20Syariah%20Terhadap%20Akad%20Jasa%20Titip%20Jual%20Beli%20Online%20Melalui%20Instagram%20Studi%20Kasus%20Toko%20Online%20Joyfull%20di%20Purwokerto.pdf, diakses tanggal 10 Maret 2021.

Reggita, B, Yuliasri, D, Septyaningrum, F, Hermawan, S. 2020. "Rantai Pasok Online Shop Di Tengah Pandemi Covid 19 (Netnografi : Instagram Nagishop) Supply Chain Online Shop In Covid 19 Pandemic (Netnography: Instagram Nagishop)". *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*, September, 6(2): 1-5, <https://journal.umsida.ac.id/index.php/jbmp/article/view/611/946>, diakses tanggal 28 Maret 2021.

Romdonny, J, dan Rosmadi, N. M. L. 2018. "Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis", *Ikraith Ekonomika*, November, 1(2):25-30, <https://media.neliti.com/media/publications/267974-peran-media-sosial-dalam-mendukung-pemas-118e37b9.pdf> , diakses tanggal 31 Maret 2021.

Robinson, Sherry. 2011. "Social Networks And Entrepreneurial Growth", *International Journal of Management & Information Systems—Fourth Quarter*, 15(4):65-70, <https://doi.org/10.19030/ijmis.v15i4.5802>, diakses tanggal 27 Mei 2021.

- Sari, Z. D . 2018. *Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jasa Titip Online di Akun Instagram @Storemurmrsby*. Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, http://digilib.uinsby.ac.id/27655/1/Zurifah%20Diana%20Sari_C02214027.pdf , diakses tanggal 10 Februari 2021.
- Sienatra, B.K. “Keterlibatan Jaringan Sosial Dalam Proses Penemuan Bisnis”, *Journal Of Business & Applied Management*, 10(1):46-54, <https://core.ac.uk/download/pdf/268050003.pdf> , diakses tanggal 25 Mei 2021.
- Situmorang, E.M. 2019. *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online*. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara, Medan, <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/15860>, diakses tanggal 31 Maret 2021.
- Taufik, dan Ayuningtyas, E. A. 2020. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online”, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, April, 22(1):21-32, <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>, diakses tanggal 31 Maret 2021.
- Tjiptono, F. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Edisi Kedua Andy Offset.
- Tjiptono, F dan Chandra. 2012. *Pemasaran Global Konteks Offline dan Online*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wahyu, W. P. 2016. “Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang”, *Jurnal Al-Tijarah*, Desember, 2(2):230-257, https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah/article/download/744/64_3, diakses tanggal 7 April 2021.
- Wahyuni, A.R, 2015. “Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif”, *Bina Insani Ict Journal*, Oktober, 2(2):117-126, <https://media.neliti.com/media/publications/234342-peran-facebook-sebagai-mediapromosi-dal-571b0523.pdf>, diakses tanggal 7 April 2021.
- Wariati, A, dan Nani I.S. 2014. “E-commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, November, 1(2):1-19. <https://media.neliti.com/media/publications/162105-ID-none.pdf>, diakses tanggal 9 Maret 2021.