

DAFTAR PUSTAKA

Aditi, B., & Pentana, S. (2018). *Modul Ajar Kewirausahaan, dan Pengembangan UMKM*.

Penerbit Perdana Medika.

Afif, M. (2016). Kewirausahaan ditinjau dari Perspektif Islam . *Rasail, Vol 3. No.1*.

Aksin, N. (Desember 2016). Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial. *Journal Informatika UPGRIS Vol. 2 No. 2*.

Ameliah, R., & et.all. (2018). *Strategi Kewirausahaan Digital Sebuah Panduan Untuk UMKM, Startup dan E-commerce* . Kemkominfo.

Andy. (2021, Januari 2). *Pengertian Era Digital dan Dampaknya untuk Kehidupan*. Diambil kembali dari Qwords.com: <https://qwords.com/blog/>

Augustinah, F., & Widayati. (September 2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika, Vol. 4 No. 2*.

Bustan, J. (Maret 2016). Pengaruh karakteristik Wirausaha Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol. 14 No. 1*.

Cindity, D. K. (Maret, 2020). Pengaruh Digital Influencer Dan Intensitas Event Terhadap Tingkat Pengetahuan Khalayak Di Instagram . *Cover Age, Vol. 10 No. 2*.

- Daily Social. (2019). *Ekonomi Digital Indonesia Capai \$40 Miliar Bisnis E-Commerce Beri Sumbangsih Terbesar*. Diambil kembali dari Ekonomi Digital Indonesia:
<https://dailysocial.id/post/ekonomi-digital-indonesia-2019>
- Fauzan, R. (2020, Agustus 25). *Tren Belanja Iklan Digital Semester II/2020*. Diambil kembali dari Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/>
- Fitriya, S. N. (2017). Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media; Studi Mengenai Etnografi Virtual; Melalui Virtual Vlog. *Sikripsi : Universitas Hasanudin*.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hartati, A. (2019). SKRIPSI. *Endorsement Sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. IAIN Metro : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Ikhsan, A. (2018). *Konsep Dasar Kewirausahaan*. Diambil kembali dari Repository Unimal:
<https://repository.unimal.ac.id/2062/1/BUKU%20KEWIRAUSAHAAN%20edit%20a.pdf>
- Kaur, G. (Juni 2017). The Importance Of Digital Marketing In the Tourism Industry.
International Journal of Research Granthaalayah Vol. 5.
- Kementerian Agama Indonesia. (2021). *Surat Al - Baqarah*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag: <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/188>
- Kementerian Agama Indonesia. (2021). *Surat Al - Hujurat*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag: <https://quran.kemenag.go.id/sura/49/6>

Kementerian Agama Indonesia. (2021). *Surat Al-Isra*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/17/35>, 2021

Kementerian Agama Indonesia. (2021). *Surat An-Nahl*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/16/125>

Kementerian Agama Indonesia. (2021). *Surat An-Nisa*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/4/12021>

Kementerian Agama Indonesia. (2021). *Surat Qaf*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/50/18>

Kementrian Agama Indonesia. (2021). *Surat Al- Maidah* . Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/5/2>

Kementrian Agama Indonesia. (2021). *Surat Al-Jumu.ah*. Diambil kembali dari Quran Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/62/10>,

Kementrian Agama Indonesia. (2021). *Surat An-Nisa'*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/4>

Kementrian Agama Indonesia. (2021). *Surat At-Taubah*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/9/105>

Kementrian Agama Indonesia. (2021). *Surat Zariyat*. Diambil kembali dari Qur'an Kemenag:
<https://quran.kemenag.go.id/sura/51/56>

Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). *Indonesia Akan Menjadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia tenggara*. Diambil kembali dari Kominfo:

https://kominform.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker

Kemp, S. (2021, Februari 11). *Digital 2021 : Indonesia*. Diambil kembali dari Data Reportal:
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Kurniati, P., Pratiwi, M., & Nugraha, G. (2021, Agustus 9-31). Pengembangan Kewirausahaan Di Era Digitalisasi Melalui Peran Influencer Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. (I. P. Sari, Pewawancara)

Laksana, M. Z. (2017). Pandangan Islam Terhadap Mekanisme Pasar Adam Smith. *Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN alauddin Makasar*. Makasar.

Latief, N. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone pada DP store Makasar. *Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar*. Makasar.

Luthfiany, & Madiawati, P. (Maret 2018). Analisis Celebrity Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli Skincare dengan Advertising Appeal sebagai Variabel Intervening. *E-Proceeding of Management Vol. 5. No. 1*.

Marsellina, V. J., & Sugiharto, Y. (Oktober 2018). Identifikasi Jiwa Kewirausahaan pada Pemilik Elisabeth Max di Semarang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan, Vol. 1 No. 2*.

Maryanto, R. (2021). *Pengantar Digital Marketing : Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*. Jakarta: Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu.

- Messiaen, J. (2017). Influencer marketing How to The Popularity Threshold of Instagram
Influencers impacts ConsumersBehaviour: The moderating role of Purchase Involvement .
Univ. Gent.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Muntaqo, R., & Khozinul Hudai, M. (2018). Etos Kerja Islam dalam Pendidikan Islam. *Jurnal
Paramurobi, Vol 1 No. 1.*
- Nasrullah, D. R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber*. Perpustakaan Nasional: Katalog dalam
terbitan.
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, budaya dan Sosioteknologi di
Internet* . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurlita, R. (2018). Skripsi : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang. *Pemanfaatan instagram Sebagai Media Pemasaran Online pada Mata kuliah
Kewirausahaan.*
- Pakpahan, E. S. (2017). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian
dan Kepuasan Konsumen . *Journal Of Management Fekon Vol. 4 No. 1.*
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser
terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Technobiz Vol. 3 No. 6* .

- Pinuji, M. F., & Satiri. (November 2019). Pengaruh User Generated Content sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website “Tokopedia”. *Journal of Creative Communication Vol. 1 No. 2*.
- Prasetyani, D. (2020). *Kewirausahaan Islami*. Surakarta: Penerbit CV. Djiwa Amarta.
- Pratiwi, A. L. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram studi pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi. *Skripsi : UIN Allaudin Makasar*. Makasar.
- Purwana, D., & et. all. (Juli 2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani Vol. 1. No. 1*.
- Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri (. *journal Of Professional Psychology Vol. 4 No. 1*).
- Rahmawan, D., Hafiar, H., & Narotama, J. (t.thn.). Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia. *Promedia, Vol. 3 No. 2, 2017*.
- Ramdani, Y., & Ghina, D. (Desember 2016). Identifikasi Karakteristik Kewirausahaan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *E- proceedings of Management Vol. 3 No. 3*.
- Rameli, M. F., & et al. (2016). The Characteristicis of Muslmpreneurs From the View of Muslim Scholar and Academician. *International Journal of Teaching and Education, Vol. 11 No.2*.
- Sahroni, O. (2020). *Fikih Muamalah Kontemporer: Jilid 3*. Republika Penerbit.

Sari, P. A. (2016, April 18). *Media Sosial Partner Bisnis Mahasiswa*. Diambil kembali dari Kompasiana:

<https://www.kompasiana.com/putriarum/571458331d23bd1106ad03a7/media-sosial-partner-bisnis-mahasiswa>

Setiawan, W. (2017). Seminar Nasional Pendidikan. *Era Digital dan Tantangannya*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Shihab, M. Q. (2018). Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an. Dalam L. Hati, *Tafsir Al Mishbah*. Jakarta.

Sugiono. (2019). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan*. Bandung: CV. ALFABETA.

Sulaksono, J., & Zakaria, N. (Januari 2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) . *Generation Journal, Vo. 4 No. 1*.

Suwardana, H. (2017). Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental. *Jati Unik, Vol. 1 No.2*.

Ustha, E. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha di Pekanbaru. *Tansiq Vol. 1 No. 2*.

Wikipedia. (2021, Maret 6). Diambil kembali dari Wikipedia Bahasa Indonesia:

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Winarni, E. W. (2018). *Teori dan Praktek Penelitian Kualitatif Kuantitatif ,PTK,R&D*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wiratni, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap di Cottage
Daarul Jannah. *Tourism and Hospitality Essentials, Vol. 8 No. 2.*

