

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Asman, A. (2021). Sumber Data, Populasi dan Sampel Penelitian Hukum Islam. *Institut Agama Islam (AIA) Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas*, 15.
- Dasgupta, P. (1988). *Trust as a Commodity*. Cambridge. (Basil Blackwell). The Bodleian Library University of Oxford, 4: 49-72.
- DataIndonesia.id. (2022). Pengguna Facebook di Indonesia Capai 202,2 Juta pada Juli 2022. *DataIndonesia.Id*. <https://dataIndonesia.id/digital/detail/pengguna-facebook-di-indonesia-capai-2022-juta-pada-juli-2022>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Kirana, A & Moordinarsih. 2010. Studi Korelasi Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Dengan Prestasi Akademik: Telaah Pada Siswa Perguruan Tinggi. *Indigenous, Jurnal Ilmiah Berskala Psikologi* vol.12, No. 1, Mei 2010: 37-46.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Grup : Jakarta
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. p-ISSN 2549-7332 %7C e-ISSN 2614-1167%0D
- M.liputan6.com. (2021). Pengguna Facebook Marketplace Tembus 1 Miliar. *M.Liputan6.Com*. <https://m.liputan6.com/tekno/read/4545107/pengguna-facebook-marketplace-tembus-1-miliar>
- Wati, Mardiana dan Rizky, A.R. (2009). 5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook.
- Yilmaz, A & Atalay, C.G. (2009). A Theoretical Analyze on The Concept of Trust in Organisational Life. *European Journal of Social Sciences*, Volume 8, Number 2.
- Yousafzai,S.Y,.J.G dan Foxall,G.R,. (2003). A Proposed Model Of Etrust For Electronic Banking, Technovation.

Jurnal :

- AinurRofiq. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada PelangganEcommerce Di Indonesia). Tesis. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang.
- Andani, S. N. (2019). Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli Di Facebook Marketplace. *Carbohydrate Polymers*, 6(1), 5–10.
- Dennisa Teguh Annisa, R. H. S. (2021). Analisis Strategi Promosi Alauto Garage Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Facebook. *Analisis Strategi Promosi Alauto Garage Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Facebook*, 8(4), 3890–3896.
- Fabiana, Meijon, & Fadul. (2019). *Strategi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Ekonomi Islam*.
- Pambudi, R. S. (2021). Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli *online* Melalui Website Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur Analisis*, 1, 21–34.
- Rachmad Hidayat (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.
- Riyanto, J. (2020). Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis. *Media Informatika Budidarma*, 4, 940–946. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i4.2346>
- Shinta Nova Andani, “Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace,” Skripsi (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)
- Suparyanto, & Rosad. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Di Facebook. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi,

Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4935–4944.

Udayana, I. B. N., & Pramana, A. (2019). Membangun Kepercayaan Konsumen untuk Meningkatkan Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2), 112–123. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i2.3039>

Usman, A. (2018). Strategi Periklanan Komunitas Online Shop Makassar Dagang Di Media Sosial Facebook. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3. http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf %0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0A[https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607 -Bitkom](https://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom)