

REFERENCES

- Ali, H. (2013). *Marketing, Cetakan Pertama, Media Pressdindo. Yogyakarta.*
- Alma, H. B. (2009). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa.*
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis, 17(3)*, 317-325.
- Bajari, M., and Sulistiyono, D. (2020). The Role of Online Sales Systems on the Life of Clothing Dealer in the Pandemic Time Covid 19. *International Journal Economic And Business Applied, 1(2)*, 12-20.
- Bariroh, M. (2016). Transaksi Jual beli dropshipping dalam perspektif fiqh muamalah. *Jurnal Ahkam, 4(2)*.
- Fitria, W. N., Rahmah, Z. M., & Putri, S. F. (2021, July). Peran Etika Bisnis dalam Mengembangkan Usaha di Era Revolusi 4.0 (Study Kasus di Ardatv Konveksi Ponorogo). In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE) (Vol. 1, No. 3)*.
- Hasanah, N. (2019). *Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Harahap, N. (2021). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis Melalui Sistem Dropship (Studi Toko Online Fiaastripe. Id di Medan)*.
- Iswidharmanjaya, D. (2012). *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Online. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Hal 7*
- Jayadi, I. (2019) *Manajemen Pemasaran. Jakarta: CV. Rajawali.*
- Kalbuadi, P. (2015). *Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum Kasus).71-72*
- Kotler and Aimstrong. (2016). *Business Management and Entrepreneurship Education, Jakarta: PT. Indeks.*
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 68*

- Mujiyana, M., and Elissa, I. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *J@ TI Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143-152.
- Miles, M. B., and Huberman, A. M. (1984). Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods. In *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods* (pp. 263-263).
- Nugroho, A. S. (2016). E-commerce Teori dan Implementasi. *Yogyakarta: Ekuilibra*.
- Octafiani, et al. (2021). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Menjadi Pengecer Dengan Menggunakan Penentuan Harga Jual Yang Tepat. *Prosiding Dedikasi: Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Purnomo, C. H. (2014). *Jualan Online Tanpa Repot dengan Dropshipping*. Elex Media Komputindo.
- Purwanto, E. A. (2018). Metode penelitian kuantitatif: Untuk administrasi publik dan masalah-masalah sosial. 72
- Ruslang, R., Kara, M., and Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665-674.
- Sinaga, et al. (2021) Program Pengalaman Belajar Mahasiswa Di Luar Kampus Edukasi Bisnis Dropshipper di Kelurahan Tegal Sari III. *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas*, 7(2), 69-73.
- Sugiyono. (2010). Data Collection Technique, *Bandung: Alfabeta*.
- _____. Kuantitatif, Kualitatif, and R&D, *Bandung: Alfabeta. Cet. Vii.142*
- _____. Literature Review Technique, *Bandung, Alfabeta*.
- _____. Research Object, Primary Data, Secondary Data, Population and Sample, *Bandung: Alfabeta. Cet. Vii*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa–Prinsip. *Penerapan, and Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Wirjono, P. (2011). Azas-azas hukum perjanjian. *Bandung. Mandar Maju. Hal, 28*.
- Zaenal, et al. (2018). Pengaruh Pemasaran Online, Harga, Pelayanan Dan Etika Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *YUME: Journal of Management*, 1(2).