

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Dwi Cahya, Fadhilla Ajeng Aqdella, Asfarina Zahrotul Jannah, dan Hesthi Setyawati. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business Vol. 4, No. 3*, 503-510.
- Andrian, S. M. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Aqmal, R. (2020). Adaptasi Buruh Nelayan Kelong Apung pada Musim Paceklik Desa Pengudang Kabupaten Bintan. *Jurnal Masyarakat Maritim (Jmm) 4(1)*, 1-10.
- Arhadian Roliansyah, A. P. (2022). Analisis Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee Menurut Konse Bisnis Islam Pada Masa Pandemi Covid-19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 443-455.
- Arikunto, S. (2004). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, cetakan 7. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budijarto, A. (2018). Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Nilai-Nilai yang Terkandung Dalam Pancasila. *Jurnal Kajian Lemhannas RI, Edisi 34*, 5-21.
- Cahyani Solikhah dan Dra. Puji Lestari, M. (2021). Strategi Adaptasi Pedagang Kaki Lima Pasca Pembangunan Pusat Kuliner Taman Angkrusari Di Desa Donotirto, Kretek, Bantul. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Vol 10, No 1*, 1-29.
- Cahyani Solikhah dan Dra. Puji Lestari, M.Hum. (2021). Strategi Adaptasi Pedagang Kaki Lima Pasca Pembangunan Pusat Kuliner Taman Angkrusari Di Desa Donotirto, kretek, bantul . *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6-7.
- Dewi Sulistianingsih, A. S. (2023). BAB 9. Adaptasi Strategi Perlindungan Kekayaan Intelektual Di Lokapasar. In E. Widowat, *Book Chapter Hukum dan Politik dalam Berbagai Perspektif Jilid 2* (p. 220). Semarang: LPPM Universitas Negeri Semarang Gedung Prof. Dr. Retno Sriningsih Satmoko, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229 .

- Dian Candra Fatihah & Iis Saidah. (2021). Model Promosi Marketplace berbasis Artificial Intelligence (AI) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 809.
- Doli Witro, Muhamad Izazi Nurjaman, Dena Ayu, dan Camelia Sofwan Al-Rasyid . (2021). Kontestasi Marketplace di Indonesia pada Era Pandemi : Analisis Strategi Promosi Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Blibli dalam Pemulihan Ekonomi Nasional . *OIKONOMIKA : Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah Volume 2 Nomor 2*, 34.
- Dr. Amirudin, S. M. (2006). Jakarta: Rajawali Pers.
- Edi Susilo, P. P. (2017). *Adaptasi manusia, ketahanan pangan, dan jaminan sosial sumberdaya*. Malang: UB Press.
- Edi Susilo, P. P. (2017). *Adaptasi manusia, ketahanan pangan, dan jaminan sosial sumberdaya*. Malang: UB Press.
- Fajar Adhitya. (2018). Strategi Pemasaran Produk dengan Sensual Marketing. *Jurnal Internasional Bisnis dan Ekonomi Islam, vol. 2 No. 2*, 100.
- Fanani, N. A. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Helaluddin dan Hengki Wijaya. (2019). *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* . Sekolah Tinggi Theologi Jaffray.
- Hidir, D. F. (2023). Strategi Adaptasi Pedagang Pensi dan Langkitang Di Pekanbaru. *Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat, Volume 1 Nomor 1*, 1-7.
- Huberman, M. d. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Ivtachul Ma'rifah, B. R. (2022). Pengaruh Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Pada UMKM D'Elisir. *Jurnal Revenue Vol. 2, No. 2*, 349-356.
- Jasman dan Rini Agustin. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Tradisional). *Khozana, Vol. 1 No. 1*, 65-95.
- Jianli Gao, A. B. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption on the Financial and Sustainability Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability*, 1-21.
- Kansil, C. K. (2008). *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Karim, A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Karim, A. A. (2002). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: IIIT Indonesia.
- Khaira, A.-F. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Dengan Studi Kasus*. Yogyakarta: Grava Media.
- Kusnadi. (2000). *Nelayan Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- M, E. D. (2022). Adaptasi Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan E-Dagang (E-Commerce) Di Sukaramai Trade Center Pekanbaru. *JOM FISIP Vol. 9: Edisi II Juli*, 1-12.
- Masten, A. S. (2018). Resilience theory and research on children and families: Past, present, and promise. *Journal of Family Theory & Review*, 10(1), 12-31.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. . (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14 (1), 6-23.
- Moeloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,.
- Muhammad Rhendria Dinawan, S. (2010). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 335 - 369.
- Mursyid. (2006). *Manajemen Pemasaran*,. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nadila Farajane Alisya, P. S. (2022). Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan Vol. 2, No. 2*, 73-81.
- Narkubo, A. A. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nur Utami Wahyuningsih, I. N. (2020). *Buku Saku Ekonomi* . Makassar: Pustaka Taman Ilmu.
- Nurul Huda. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Depok: Prenadamedia Group.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. . (2018). Information Systems Management: Managing Digital Business Change.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. . (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis. *Jurnal Ecopreneur Volume 1 Nomor 1*, 21-34.
- Prof. Dr. H.M. Sidik Priadana, M. a. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif 1*. Tangerang: Pascal Books.

- Purhanta. (2009). *Metode Penelitian Afektif*. Jakarta: Jakarta: Rineka Cipta.
- Smith, J. (2023). Market Dynamics in the Digital Era: Transformation of Conventional Business. *Journal of Modern Economics*, 10(2), 42-58.
- Soemardjan, S. (1986). *Perubahan Sosial di Yogyakarta* . Yogyakarta: Gaja Mada Universty Press.
- Sofjan Assauri. (2007). *Manajemen Pemasaran Konsep & Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Soemardjan, S. (2009). *Perubahan Sosial Di Yogyakarta*. Depok: Komunitas Bambu.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujatmiko, E. (2014). *Kamus Ilmu Pengetahuan Sosial*. Surakarta: Aksara Sinergi media,.
- Sutrisno, J. d. (2021). Strategi Pemasaran Toko Pakaian Muslim Pasar Tradisional Menghadapi Toko Pakaian Muslim Modern. *YOS SOEDARSO ECONOMICS JOURNAL (YEJ)*, 139-140.
- Zulfa, S. W. (2020). Perilaku Pedagang Grosir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Ngemplak Tulungagung). *Jurnal Al-Hikmah Vol 8*, 27-36.