

DAFTAR PUSTAKA

- Antasari, D. W. (2016). Strategi Pemasaran dan Pengembangan Bisnis Online (Studi Kasus Kediri). *Revitalisasi Jurnal Ilmu Manajemen*, 05(Maret), 31–48.
- Arianto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Shilihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.)). Widina.
- Aristi, N. M., & Pratama, A. R. (2021). Peran Freelance Marketplace dan Media Sosial dalam Online Gig Economy Jasa Profesional. *Techno.COM*, 20(1), 122–133.
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ADMINISTRASI BISNIS*, 8(2), 34–42.
- Billah, A. M. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan pameran Online Untuk Meningkatkan Penjualan Ekspor Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada CV. Palem Craft Jogja). *Skripsi*.
- Budi Mahardhika, W., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 13. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2015>
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Evasari, A. D. (2020). Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *ISTITHMAR : Journal of Islamic Economic Development*, 4, 22–49.

- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(03).
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Fuadi, N. F. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Ekonomi Kreatif Ilustrasi Digital Di Komunitas Sketsa Lampung Kota Metro (Studi Kasus Grup Facebook Fiverr Seller Indonesia). *Skripsi*.
- Hakim, F. K., Rizqi, T. A., Sejati, P. P., Adrianto, R. D., & Agastha, M. E. (2022). Aplikasi Fiverr Bagi Karya Seniman Lokal dalam Meningkatkan Kreativitas Penjualan Online oleh Gusjigang di Kudus. *Jurnal Implementasi*, 2(1), 40–50.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (pp. 2–92). Untomo Press.
- Iwan Permana. (2020). Penerapan Kaidah-Kaidah Fiqih Dalam Transaksi Ekonomi Di Lembaga Keuangan Syariah. *TAHKIM, Jurnal Peradaban Dan Hukum Islam*, 1(Maret), 1–22.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, 1.
- Leydon, D. (2022). *Who Is Founder of Fiverr*. Websitebuilderinsider.Com. <https://www.websitebuilderinsider.com/who-is-founder-of-fiverr>
- Lupi, F. R. (2016). Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia.Com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1).
- Maisah, Mahdayeni, Maryam, & Alhaddad, M. R. (2018). Peranan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi. *Sistem Informasi*, 1(September), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Media, I. N. S. (2018). *Riset khalayak digital: perspektif khalayak media dan realitas*

virtual di media sosial.

- Mustofa. (2018). Pekerja Lepas (Freelancer) Dalam Dunia Bisnis. *Mozaik*, X, 19–25.
- Myedusolve. (2022). *Data Website Freelance di Indonesia 2022: Insights Penting Untuk Pemula*. Myedusolve.Com. <https://myedusolve.com/id/blog/data-website-freelance-di-indonesia-2022-insights-penting-untuk-pemula>
- Nadya, F., & Zahra, D. (2023). *10 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023*. Pramborsfm.Com. <https://www.pramborsfm.com/tech/10-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2023>
- Nihar, M. A. S. (2022). *Analisis Praktik Jual Beli Desain Melalui Media Online Pada Penyedia Jasa Aplikasi Fiverr Perspektif Hukum Islam*.
- Nurafifah, R. P., Fauziah, N. E., & Eprianti, N. (2021). Tinjauan Etika Pemasaran dalam Islam pada Strategi Pemasaran Produk Herbal di Media Sosial. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1), 76–78.
- Nurmalasari, N., & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Journal of Management Review*, 4(3).
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badiyah, N. A., Sayekti, S. P., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. B., Priskusanti, R. D., & Rasinus. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (A. Munandar (ed.)). CV MEDIA SAINS INDONESIA.
- Qurniawati, R. S. (2018). *Pemasaran Media Sosial*. *Williamson 2011*, 17–27.
- Rifda, A. (2022). *Rekomendasi 13 Situs Terpercaya Untuk Mencari Pekerjaan Freelance*. Gramedia.Com. <https://www.gramedia.com/best-seller/rekomendasi-situs-untuk-freelance/>

- Rini, M. N. A., & Shihab, M. R. (2018). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM. *JUTEI*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). ALFABETA.
- Sultan. (2023). *Fiverr*. Wikipedia.Org. <https://id.wikipedia.org/wiki/fiverr>
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @ Subur _ Batik). *Jurnal Sekretaris Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Widyaningrum, P. W. (2016). *Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang*. 2(2), 230–257.
- Wulandari, Y. S. (2023). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Bibit Anggur (Vitis Vinifera) Pada Usaha Kebun Anggur Pulo Gebang Marketing Mix of Grape Seeds (Vitis Vinifera) in Pulo Gebang Vineyard Business*. 03(02), 219–227.

