

## Daftar Pustaka

- Ahmad. (2021). Pengertian Kewirausahaan: Konsep, Tujuan, Sifat dan Jenis Wirausaha. . <https://www.Gramedia.Com/Literasi/Pengertian-Kewirausahaan/>.
- Aini, E. K., Nurlaily, F., & Asmoro, P. S. (2021). PENGARUH OPPORTUNITY RECOGNITION DAN INOVASI MODEL BISNIS PADA KINERJA BISNIS INDUSTRI MODEST FASHION. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 805-814, 2(3), 1–10.
- Bagus, G., Satrya, H., Gusti, ) I, & Suwandana, M. (2015). *POTENSI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*. 4(12), 4559–4594.
- Creswell, J. W. (2002). *Desain penelitian. Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif*.
- Debara, Y. (2016). Berapa Besar Pengaruh Ulasan Pembeli Saat Berbelanja Online?. . <https://Tirto.Id/Berapa-Besar-Pengaruh-Ulasan-Pembeli-Saat-Berbelanja-Online-B7Gm>.
- Eko, D. S., Rahayu, P., & Si, M. (2011). Wonderful Indonesia. In *Jurusan PTBB FT UNY*.
- Febriantoro, W. (2018). *KAJIAN DAN STRATEGI PENDUKUNG PERKEMBANGAN E-COMMERCE BAGI UMKM DI INDONESIA* (Vol. 3, Issue 5). <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Gunawan, I. (2013). *Metode penelitian kualitatif*.
- Hafsyah, A. H., & Artikel, H. (n.d.). *PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, PERILAKU KONSUMTIF, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP TRANSAKSI ONLINE(E-COMMERCE)*. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Jayani, D. H. (2021). Ekonomi Indonesia Tumbuh 3,51%, di Bawah Ekspetasi Sri Mulyani. . <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/11/05/Ekonomi-Indonesia-Tumbuh-351-Di-Bawah-Ekspektasi-Sri-Mulyani>.
- Krueger, N. (2020). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs: 25 years on. *Journal of the International Council for Small Business*, 1(1), 52–55. <https://doi.org/10.1080/26437015.2020.1714363>
- Limanseto, H. (2021). Menko Airlangga: Pengembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Tidak Hanya Target Pasar Tapi Harus Jadi Pemain Global. . <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/3433/Menko-Airlangga-Pengembangan-Ekonomi-Digital-Di-Indonesia-Tidak-Hanya-Target-Pasar-Tapi-Harus-Jadi-Pemain-Global>.

- LinoVHR. (2020). Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Manfaat, dan Cara Meningkatkannya. <https://www.linovhr.com/kepuasan-pelanggan/>.
- Mahpur, M., & Si, M. (n.d.). *Memantapkan Analisis Data Kualitatif Melalui Tahapan Koding*.
- Nurdin Hasibuan, A., Rambe Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online Melalui Perspektif Gender, D., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2020). *PERILAKU KONSUMEN DALAM BELANJA ONLINE MELALUI PERSPEKTIF GENDER 1 Ahmad Nurdin Hasibuan 2 Delila Rambe*.
- Nyoman, N., Seni, A., Made, N., & Ratnadi, D. (2017). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERINVESTASI. In *Bisnis Universitas Udayana* (Vol. 6).
- Rafiah, K. K. (2019). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia*. 5(1), 46–56.  
<http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Rika Pagesti. (2022, January 12). Pengertian Peluang Usaha, Tujuan, dan Ciri-cirinya. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5893951/pengertian-peluang-usaha-tujuan-dan-ciri-cirinya>.
- Samhis Setiawan. (2022, March 28). Pengertian Fashion – Stylist, Sejarah, Manfaat, Ciri, Perkemangan, Faktor, Para Ahli. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-fashion/>.
- Sendari, A. A. (2021). PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN MENURUT AHLI DAN MANFAAT MEMPELAJARNYA. <https://hot.liputan6.com/read/4587108/pengertian-kewirausahaan-menurut-ahli-dan-manfaat-mempelajarnya>.
- Setyowati, D. (2019). Kontribusi E-commerce ke PDB Diproyeksi Rp 2.305 Triliun pada 2030. <https://katadata.co.id/pingitara/digital/5e9a554f48fc5/kontribusi-e-commerce-ke-pdb-diproyeksi-rp-2305-triliun-pada-2030>.
- Sosial, J. I., Politik, I., Kebiasaan, P., Kemiskinan, A., Erutan, I., & Punuanto', A. (n.d.). *Mengkaji Potensi Usaha Kecil dan Menengah*.
- Sugiarto, E. C. (2021). Kewirausahaan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi. [https://www.setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan\\_umkm\\_dan\\_pertumbuhan\\_ekonomi](https://www.setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi).
- Suleman. (2021, February 18). Persen Perusahaan PHK Karyawan Selama Pandemi Covid-19. <https://www.merdeka.com/uang/menaker-178-perusahaan-phk-karyawan-selama-pandemi-covid-19.html>.

Suleman, D. (2018). FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN KONSUMEN INDONESIA MEMILIH TEMPAT BELANJA DISEBUAH E-COMMERCE (Theory of Planned Behavior). In *Jurnal JDM* (Vol. 01). <https://databoks.katada.co.id>,

Utari, P., Fitri, A., Setyanto, E., & Henny, C. (2020). Belanja on-line mahasiswa di era pandemi covid-19: modifikasi perilaku konsumen. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6450>

Zahir Team. (2017). Ap aitu Bisnis Online? <https://www.Zahironline.Com/Apa-Itu-Bisnis-Online/>.

