

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Cetakan pertama, SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Achmad, dan Aprilia, A. (2020). “Strategi Pemasaran UD. Tape Handayani 82 Bondowoso dalam Perspektif Marketing Syariah”, *Jurnal al-Idarah*, Vol. 1, No. 1, hal. 53-70.
- Adobe Fonts (2022). “*Proxima Nova*”. <https://fonts.adobe.com/fonts/proxima-nova#fonts-section>. (diakses pada 9 Juni 2022)
- Aini, F.A. (2021). *Inovasi Perumusan Strategi Pengembangan pada Usaha Baru Menggunakan Metode SWOT dan QPSM dalam Perspektif Islam (Studi Kasus UMKM “Bubur Campur Bang Joe” di Desa Bringkang, Kec. Menganti, Kab. Gresik)*, Skripsi S.E., Universitas Internasional Semen Indonesia, Gresik.
- Annur, C.M. (2022). “Ada 204,6 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>. (diakses pada 10 Mei 2022).
- Annur, C.M. (2022). “Hebat, Jumlah Startup Indonesia Terbanyak ke-5 di Dunia”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/13/hebat-jumlah-startup-indonesia-terbanyak-ke-5-di-dunia>. (diakses pada 10 Mei 2022).
- Ario, R. (2020). “Jumlah Unduhan Aplikasi di Google Play Capai 28 Miliar”. <https://timlo.net/baca/115867/jumlah-unduh-an-aplikasi-di-google-play-capai-28-miliar/>. (Diakses pada 10 Mei 2022).
- Bank Indonesia. (2016). “PTD Berizin, Diawasi dan Diatur oleh Bank Indonesia”. <https://www.bi.go.id/id/qrcode/validate.aspx?tipe=ptd&id=0002.001/0013>. (Diakses pada 29 Juni 2022).
- Baqi, M.F.H. (2017). *Shahih Bukhari - Muslim*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

- Creative Market (2022). “*Config Rounded Font Family*”.  
<https://creativemarket.com/AdamLadd/3020922-Config-Rounded-Font-Family> (diakses pada 9 Juni 2022)
- Crunchbase (2022). “*Flip*”. <https://www.crunchbase.com/organization/flip-4607>.  
(diakses pada 9 Juni 2022).
- Daryono, A.M. (2021). “*5 Jenis Fintech yang Berkembang di Indonesia*”.  
<https://alamisharia.co.id/id/hijrahfinansial/5-jenis-fintech-di-indonesia/>.  
(diakses pada 9 Juni 2022).
- Dobaj, J., dkk. (2015). *Content Marketing Handbook Simple Ways to Innovate Your Marketing Approach*, 1st edition, Content Marketing Expert, Warsaw.
- Fauzan (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*, Cetakan pertama, Bildung, Bantul.
- Financial Stability Board (2017), *Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities’ Attention*, FSB, Swiss.
- Fintech Indonesia (2022). “*Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH)*”.  
<https://fintech.id/id>. (diakses pada 9 Juni 2022).
- Fintech Syariah Indonesia (2022). “*Asosiasi Fintech Syariah Indonesia*”.  
<https://fintechsyariah.id/id>. (diakses 9 Juni 2022).
- Flip (2022). “*Flip Brand Guideline*”. <https://flip.id/berita-dan-media/media-kit>.  
(diakses 28 Juni 2022).
- Flip (2022). “*Flip Globe*”. <https://flip.id/flip-globe>. (diakses 29 Juni 2022).
- Flip (2022). “*Kenalan dengan Flip*”. <https://flip.id/tentang-flip>. (diakses 29 Juni 2022).
- Flip (2022). “*Kirim Uang*”. <https://flip.id/kirim-uang>. (diakses 29 Juni 2022).
- Flip (2022). “*Solusi Satu Pintu untuk Semua Transaksi Bisnis Anda*”.  
<https://flip.id/business>. (diakses 29 Juni 2022).
- Freepass (2022). “*Laporan Plagiarism Checker*”.  
<https://www.paperpass.net/report/view/62817c81c9a4f6071/>. (diakses 15 Mei 2022).
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Cetakan pertama, Penerbit Pustaka Ilmu, Yogyakarta.

- Hikmah, S.F., dkk. (2021). “Implementasi Bauran Pemasaran pada Usaha Piscok Lumerqu di Blokagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Proceedings of International Conference on Islam Education Management and Sharia Economics*, Vol. 2, No. 1, hal. 264-282.
- Instagram (2022). “@flip\_id”. [https://www.instagram.com/flip\\_id](https://www.instagram.com/flip_id). (diakses 29 Juni 2022).
- Irianto, D.R. (2021). *Pengaruh Content Marketing dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi pada Konsumen Mitra Bukalapak di Kota Malang)*, Skripsi S.M., Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang.
- Kementrian Agama RI, *Al-Awwal Al-Qur’an Terjemah 20 Baris*, Bandung: Penerbit Mikraj Khazanah Ilmu, 2010.
- Kurniawan, D.A., dan Abidin, M.A. (2018), *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*, Cetakan pertama, Unida Press, Ponorogo.
- Laucereno, S.F. (2021). “Kisah Tiga Anak Muda RI Pendiri Aplikasi Transfer Uang Gratis Biaya Admin”. <https://finance.detik.com/fintech/d-5632551/kisah-tiga-anak-muda-ri-pendiri-aplikasi-transfer-uang-gratis-biaya-admin>. (diakses pada 9 Juni 2022).
- Lestari, W., dkk. (2019). “Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Usaha Percetakan pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, hal. 64-84.
- Maulidyah, R.N. (2021), *Pengaruh Brand Image, Content Marketing, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Produk Sabun Pemutih Collagen Soap*, Skripsi S.M., Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Narastri, M. Dan Kafabih, A. (2020), “Financial Technology (Fintech) di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Islam”, *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, Vol. 2, hal. 155-170.
- Not Just Analytics (2022), “Analysis: @flip\_id”. [https://business.notjustanalytics.com/plus/flip\\_id](https://business.notjustanalytics.com/plus/flip_id). (diakses pada 10 Mei 2022).

- Nurfauzia, V., dan Fikriyah, K. (2020). "Implementasi Strategi Pemasaran pada Biro Perjalanan Umrah dalam Perspektif Pemasaran Syariah", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, hal. 82-95.
- Pertiwi, D., dan Gusfa, H. (2018). "Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute", *Jurnal Media Kom*, Vol. 8, No.2, hal. 34-57.
- Putra, P. Dan Hasbiyah, W. (2018), *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*, Cetakan pertama, PT. Raja Grafindo Persada, Depok.
- Raco, J.R., dan Tanod, R.R.H.H. (2012). *Metode Fenomenologi Aplikasi Pada Entrepreneurship*, Cetakan pertama, PT. Grasindo, Jakarta.
- Ries, E. (2018), *The Lean Startup*, Cetakan pertama, Mizan Digital Publishing, Jakarta Selatan.
- Saifuddin, Z., dkk. (2021). "Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Perspektif Islam di MA Al-Ahliyah Cikampek Karawang", *Journal of Islamic Education Management*, Vol. 7, No. 1, hal. 75-86.
- Saraswati, D.A., dan Hastari, C. (2020), "Strategi Digital *Content Marketing* pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement", *Biokultur*, Vol. 9, hal. 114-128.
- Social Blade (2022). "Flip @flip\_id"/. [https://socialblade.com/instagram/user/flip\\_id](https://socialblade.com/instagram/user/flip_id). (Diakses pada 10 Mei 2022).
- Startup Rankings (2022). "Countries". <https://www.startupranking.com/countries>. (Diakses pada 10 Mei 2022).
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-23, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Wijanarko, Y. (2021). "Jumlah Startup di Indonesia Ratusan atau Ribuan?". [https://www.kominfo.go.id/content/detail/17233/jumlah-startup-di-indonesia-ratusan-atau-ribuan/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/17233/jumlah-startup-di-indonesia-ratusan-atau-ribuan/0/sorotan_media). (diakses pada 10 Mei 2022).
- Wijaya, K. (2021). "Digital Banking Vs Digital Bank", Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, No. 1, hal. 1-5.
- Yulianti, dkk. (2019), *Manajemen Pemasaran*, Cetakan pertama, Penerbit Deepublish, Sleman.

Zaki, K. (2020), *Manajemen Syariah Viral Marketing dalam Perspektif Pemasaran Syariah*, Cetakan pertama, CV. Amerta Media, Banyumas

