

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2017). Fitur Social Commerce Dalam Website E-Commerce Di Indonesia. *Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 12(1), 25. <https://doi.org/10.30872/jim.v12i1.219>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 13–23. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak \(01-20-17-06-48-55\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/01/Jurnal Cetak (01-20-17-06-48-55).pdf)
- Arisandi, Y. T. (2014). Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo. *Administrasi Negara*, 1–8.
- Arrias, J. C., Alvarado, D., & Calderón, M. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan*. 5–10.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Dewinta, I., & Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- Eko Wanda Purwantoo. (2020). Objek, Metodologi, dan Informan penelitian. *Bab Iii Objek Dan Metodologi Penelitian*, 35–48. <https://eprints.uny.ac.id/18466/5/BAB III 10417144040.pdf>
- Esterlina Hutabarat. (2017). 26-78-1-Pb. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(1).
- Fauziyah, M., & Handayani, S. (2020). Pengaruh Intensitas Pemanfaatan E-Commerce Dan Tingkat Literasi Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Siswa Di SMA Negeri 4 Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 76–83. <https://doi.org/10.17977/um014v13i12020p076>

- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Fitri, W., & Nugroho, P. (2013). Peningkatan Daya Saing Bisnis “Batik Kahuripan.” *Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika Dan Komputer FTI UNSA*, 2(1), 25–32.
- Hidayat, F. P. (2021). *Penggunaan Facebook Sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus Pada Dapur Luthfiah)*. 1, 45–50.
- Hidayat, S., Suryantoro, H., & Wiratama, J. (2017). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 415. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1165>
- ilham f wirawan. (2021). *Fakultas ekonomi dan bisnis islam*. 5(0355), 18–20.
- Implementasi, T. D. A. N. (n.d.). *No Title*.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Indrianita, A. (2018). Peran Pengambilan Keputusan untuk Meningkatkan Penjualan Bagi Revolt Industry dengan Menggunakan Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), 1–12.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Orasi Bisnis*, VI.
- Ismail. (2020). E-commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(2), 111–124.
- Kango, A., Saerang, I. S., & Mangantar, M. (2020). Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi. *Jmbi Unsrat*, 7(3), 354–367.
- Lumintang, J. J. B., Rumagit, G. A. J., & Taroreh, M. L. G. (2020). Kajian Manfaat E-Commerce Pada Penjualan Produk Usaha “Snacking” Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 16(3), 413. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.16.3.2020.31131>
- Mahzura, T. A. S. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 11(1), 65–80.
- Maya, S. (2017). Strategik Pengembangan Usaha Mikro-Kecil-Menengah Guna Menghadapi Tantangan di Era MEA. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(2), 156–175.

- Megawaty, D. A., & Setiawan, E. (2017). Analisis Perbandingan Social Commerce. *Jurnal Teknoinfo*, 11(1), 1–4.
- Miawaty, F. (2021). (*Studi Kasus : UMKM Kuliner Di Wilayah Rawamangun*) *UMKM Sektor Kuliner (Studi Kasus : UMKM Kuliner Di Wilayah Rawamangun)*. 1–6.
- Milazzo, N., Lorenzo, S., Paternostro, M., Palma, G. M., Oliveira, S. M., De Paula, A. L., Drumond, R. C., Brandão, F. G. S. L., Piani, M., Horodecki, P., Zurek, W. H., McCutcheon, D. P. S., Dattani, N. S., Gauger, E. M., Lovett, B. W., Nazir, A., Rossi, M. A. C., Albarelli, F., Tamascelli, D., ... Jll, J. (2020). <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Ofori, D. A., Anjarwalla, P., Mwaura, L., Jamnadass, R., Stevenson, P. C., Smith, P., Koch, W., Kukula-Koch, W., Marzec, Z., Kasperek, E., Wyszogrodzka-Koma, L., Szwerc, W., Asakawa, Y., Moradi, S., Barati, A., Khayyat, S. A., Roselin, L. S., Jaafar, F. M., Osman, C. P., ... Slaton, N. (2020). <http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1-introduction-rehabilitation>
- Oktaviani, L., Suaidah, Aldino, A. A., & Lestari, Y. T. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 379–385.
- Pada, T., Jack, U., Di, D., Tanah, C., Pada, T., Jack, U., & Di, D. (n.d.). *Hugo Aries Suprpto_7*. 345–354.
- Pembangunan, J., Fondasi, P. :, Aplikasi, D., Ngafifi, M., Negeri, S., & Wonosobo, S. (n.d.). *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia ... Muhamad Ngafifi 33 Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya*. <http://www.tempo.co/read/news/2010/12/23>
- Pradana, M. (n.d.). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *163 MODUS*, 27(2), 2015.
- Putra, I. W. G. G., & Darma, G. S. (2021). Menakar Strategi Govinda Sport Menyikapi Perubahan Perilaku Konsumen Dari Konvensional Ke Online Shopping. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(7), 714. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i07.p05>
- Rachman Andi, R., Beny, & Fernando, E. (2017). Perancangan E-Commerce Berbasis Website Pada Toko Dunia Palembang. *Jurnal Ilmiah Processor*, 12(2), 1102–1117. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&q=Perancangan+E-Commerce+Berbasis+Website+Pada+Toko+Mirabella+Batik+Jambi+Andi&btnG=
- Rahayu, P., Budi, N. F. A., & Sensuse, D. I. (2017). Pengaruh Dukungan Dan Hubungan Sosial Terhadap Niat Membeli Produk Pada Social Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 13(1), 21. <https://doi.org/10.21609/jsi.v13i1.507>

- Rakanita, A. M. (2019). 294835762-1. *Jurnal EKBIS*, 20 (2), 1280–1289.
- Rakhman Setyanto, A., Rizky Samodra, B., & Pasca Pratama, Y. (n.d.). *Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Kampung Batik Lawean)*. 14(2), 205. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/etikonomi>
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153–167. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.159>
- Rudi Suprianto, Nining Harnani, L. S. (2020). Peningkatan Volume Penjualan Pada Umkm Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui E-Commerce Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu - Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 22(2), 172–180. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i2.24537>
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66. <https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.31>
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>
- Silfia, B., & Utami, A. (2021). *Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia*. 03(1), 1–7.
- Sugiharto, Umar, A., Sasongko, A.H., & A. (2019). No TitleEΛENH. *Ayan*, 8(5), 55.
- Sukamdani, N. B., & Istuningsih, W. (2018). *Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan Abstrak*. VII(1), 77–89.
- Sulfati, A. (2018). Efektivitas Pengembangan Usaha Mikro di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 59–69.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Vallian, H. H. (2020). Pengaruh Karakteristik E-Commerce Terhadap Online Relationship Quality Dan Online Repurchase Intention Pengguna Tokopedia *Jurnal Strategi Pemasaran*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10226>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. www.depkop.go.id
- Widyayanti, E. R. (2020). Analisis pengaruh kecenderungan pergeseran sistem

pembayaran dari tunai ke non-tunai/online payment terhadap peningkatan pendapatan usaha (studi pada UMKM di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.

Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>

