

DAFTAR PUSTAKA

- Absarina, D., Maslichah, & Fakriyyah, D. (2025). Pengaruh E-Commerce, Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Malang. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 14(01), 581–591. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>
- Agung Triayudi, Mesran, Suginam, Joli Afriany, & Fifto Nugroho. (2023). Pengaruh Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pendapatan UMKM Sekar Handycraft. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 124–127. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1349>
- Alzoubi, H. M., Alshurideh, M. T., Kurdi, B. Al, Alhyasat, K. M. K., & Ghazal, T. M. (2022). The effect of e-payment and online shopping on sales growth: Evidence from banking industry. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1369–1380. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.014>
- Anggraeni, O., Halim, M., & Zulkarnnaeni, A. (2022). *Pengaruh E-Commerce , Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember)*. 1(5), 718–734.
- Anita, Turyandi, I., Manurung, M., Kuncorosidi, Adawia, P., Lugiani, T., Anwar, M., Verawati, L., Desty, B., Abdurrohman, Purwantini, H., Sigalingging, A., Riyanto, Lely, Egim, A., & Endriastuty, Y. (2024). *Manajemen UMKM Transformasi dan Inovasi di Era Digital* (D. Putri (ed.)). Ganesha Kreasi Semesta.
- Berlianawati, D., Nurabiah, & Ridhawati, R. (2025). *Exploring The Mind of Gen Z: Deciphering E-wallet Adoption Through The Lens of TPB Theory*. 19(1). <https://doi.org/10.24843/JIAB.2024.v19.i01.p09>
- BRI API. (2021). *Menilik Tren Pembayaran Digital di Indonesia dan Peran BRI API di Dalamnya*. BANK RAKYAT INDONESIA. <https://developers.bri.co.id/id/news/menilik-tren-pembayaran-digital-di-indonesia-dan-peran-briapi-di-dalamnya>
- Chaffey, D. (2002). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice* (2nd ed.). Pearson Education.
- Danang, F. F. (2017). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(1), 1–10.
- Fakhriyyah, D., Susanti, Y., & Laili, S. (2022). *Pengembangan Inovasi Produk dan Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Umkm Makanan*. 3(1), 9–16.
- Fatihah, N. S. A., Mahmud, M., & Panigoro, N. (2024). Pengaruh Penerapan Digital Payment & Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Al-Buhuts*, 20(1), 563–581.
- Firmansyah, & Dacholfany. (2018). *Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam* (D. Handoko (ed.)). CV. IQRO.
- Fitrianti, dela. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Mataram*. 167–186.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. (2023). *Smart PLS 4.0* (1st ed.). Yoga Pratama.
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19.

- <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hubeis, M. (2005). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. PT. Hecca Mitra Utama.
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis* (1st ed.). Inti Prima.
- Irmayanti. (2025). The Relationship Between Digital Payment Adoption and Revenue Growth in Online Retail Companies. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 1(4), 60–68. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v1i4.738>
- Jamil Rifani. (2022). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Amuntai Kab. Hsu. *Jurnal Inovatif*, 4(1), 27–34. <https://ojs-inovatif.web.id/index.php/ANI2018/article/view/53>
- Khoiruddin, M. (2023). Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi pada UMKM di Desa Tamansuruh Banyuwangi). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(2), 327–336. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i2.1429>
- Khoirunnisa. (2024). *Pengaruh E-Payment, Digital Marketing, Innovation Strategy, Dan Open Innovation Terhadap Kinerja UMKM Di Daerah Yogyakarta*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/dspace.uui.ac.id/123456789/48779>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- KPPN PURWAKARTA. (2023). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*.
- Mahadipta, N. G. D., Pratama, G. Y. A., & Prasian, N. K. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Ukm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- Mahzura, & Syahril, A. (2020). Pemanfaatan E - Commerce dalam peningkatan Penjualan pada Burger Sei Putih Kota Medan. *Journal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 2(1). <http://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/JEBIM/article/view/1178>
- Mujahid, M., Riyadi, S., Nurdin, N., & Aritama, F. (2023). *The Effect of Digital Marketing on Increasing Sales Volume of Msmes In Makassar City*. 5(4), 442–444. <https://doi.org/10.56338/ijhess.v5i4.4221>
- Murdani, B., Supartono, & Satpatmantya, K. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi Kasus Showroom The King Cobra Auto Jakarta Timur)*. 10(2), 867–881.
- Mustari, R., Dinar, M., Supatminingsih, T., & Nurdiana. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 310–326. <https://ojs.unm.ac.id/JE3S>
- Nadzhibah, N., Subhan, E., & Fasihah, D. (2025). *Pengaruh Social Media & Digital Payment terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Dompu*. 8(2), 303–313.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Nasution, S., & Silalahi, P. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Ukm Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan. ... *Perbankan ...*, 7(30), 510–519. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2837524&val=11055&title=Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah di Kota Medan>
- Nisa, A. F. (2024). *Pengaruh Modal Usaha dan Intensitas Pemasaran Digital Terhadap Pertumbuhan Pendapatan UMKM di Balikpapan*.
- Pratiwi, A., & Muanas, A. (2025). Digitalization Of Business Strengthens Product Innovation Strategies In Increasing The Income Of MSMEs. *Internasional Conference & Call For*

- Paper*, 2(April), 210–224.
- Ramdani, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Varian Produk, dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Umkm (Studi Kasus Umkm Binaan Rumah Bumn Purwokerto). In *Repository.Uinsaizu.Ac.Id*. http://repository.uinsaizu.ac.id/20414/1/Skripsi_Anggun_Ramdani_revisi_after_sidang_3.pdf
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Rajawali Pers.
- Rukaiyah, Bidol, S., & Suryadi, D. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Usaha Kecil di Kota Makassar*. 16(2), 13–27.
- Sa'diyah, S. I. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Pendapatan dan Persepsi Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada BTN Syariah KC Semarang). *Skripsi*, 1–144.
- Safitri, N., Wahana, A., Mulyani, I., & Riono, S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Digital Marketing terhadap Volume Penjualan UMKM Mitra Mandiri Brebes. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 68–78.
- Sitinjak, R., & Sahir, S. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Penerapan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(3), 260–267. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i3.1908>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (3rd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The Digital Entrepreneurial Ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
- Syakur, A., & Alijoyo, F. (2024). Pengaruh Strategi Digital Marketing, Inovasi Produk, Dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM. *Swabumi*, 12(1), 54–60. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v12i1.20032>
- Syarifah, S., Anwar, C., Wicaksono, A., & Fahriani, D. (2025). *Pengaruh Pembayaran Digital Dan E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Desa Celep Kabupaten Sidoarjo*. 18, 55–63.
- Venkatesh, & Davis. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, Viswanath, Morris, G, M., Davis, B, G., & D, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wardhani, S. L., Kusuma, M. W., & Winarno, W. W. (2025). *Transformasi Keuangan Digital dan Dampak Intensitas Penggunaan Digital Payment Terhadap Pendapatan UMKM Yogyakarta Melalui Kepuasan Pelanggan*. 19(3), 242–256.
- Wati, A., Martha, J., & Indrawati, A. (2020). *DIGITAL MARKETING* (N. Fransiska (ed.)). Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019) Imprint PT. Literindo Berkah Karya.
- Wicaksono, S. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang.
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack)*. 3(41), 120–130.