

DAFTAR REFERENSI

- Afrinawari, H. &. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237.
- Alzahrani, J. (2019). The Impact of E-Commerce Adoption on Business Strategy In Saudi Arabian small and Medium Enterprises (SMEs). *Review of Economics and Political Science*, 4(1), 73–88.
- Candraningrat, I. R., Abudanti, N., Mujianti, N. W., Erlangga, R., & Jhuniantara, I. (2021). *The role of financial technology on development of MSMEs. Accounting*. 7(1), 225–230. <https://doi.org/10.5267/j.ac2020.9.014>.
- Candraningrat, I.R. Abundanti, N., Mujianti, N. W. (2021). The role of financial technology on development of MSMEs. *Accounting*, 7(1), 225–230.
- Ghazali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro*.
- Joseph, o., Tulung, J.E., & Wangke, S. (2020). Impact of Social Media Marketing Towards Business Performance of Msmes in Manado During Covid-19 Pandemic Dampak Pemasaran Sosial Media Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 8(4), 596–605.
- Nadya, N. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(2), 133–144.
- Ni Nyoman, S. (2019). Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional Kelurahan Seganteng). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 1–3.
- Nisak, K. (2013). Pengaruh Pinjaman Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Mojokerto. *Pendidikan Ekonomi*, 1–13. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Nurchahya, Y.A., & Dewi, R. P. (2019). Analisis Pengaruh Perkembangan Fintech dan E-Commerce Terhadap Perekonomian Masyarakat. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 5(2), 21–35. <https://doi.org/10.11693/hyhz20181000233>
- Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2015). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro dan Kecil di Bandung (Studi Kasus Subsektor Fesyen). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1120–1127.
- Nurrohmah, A., & Alganur, F. (2015). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro dan Kecil di Bandung (Studi kasus Subsektor Fesyen). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1120–1127.

- Prasetyo, B., & Fazariyawan, E. (2020). Analisa Faktor-faktor E-Commerce dalam membantu Customer Satisfaction Milenial Bukalapak. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1), 311–321.
- Priambada, S. (2017). Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Malang Raya. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 2, 239–244. swasta.p80@gmail.com
- Ramdhani, L. S., Susilawati, D., & Saputra, R. . (2020). *Laporan Akhirl Penelitian Dosen Pemula Dari ristekdikti*.
- Sarkar, M., & Ghosal, I. (2018). Impacht of social media in small business industry: a study on Facebook. *International Journal of Recent Trend in Engineering & Research*, 3, 66–68.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501–509.
- Shabbir, M.S., & Mehmood, A. R. (2016). Impect of Social Media Applications on Small Business Entrepreneurs. *Management and Economics Research Journal*.
- Simajuntak, E. P. (2020). *Dampak Penggunaan E-Commerce terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Provinsi DKI Jakarta*. 1–64.
<https://library.universitaspertamina.ac.id/xmlui/handle/123456789/2359>
- Sugeng, H. (2018). *Efektifitas Penggunaan Medai E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Depok*. 152–158.
- Sugiarti, Y., Sari., & Hadiyat, M. A. (2020). E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usah Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di JAwa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Fintech pada UMKM dengan Menggunakan Teknologi Acceptance model (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Akmenika*, 16(1), 175–186.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Tambunan, T. (2012). Peran Usaha Mikro dan Kecil dalam Pengentasan

Kemiskinan Di Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 04(02), 73–92.

Wida, putu ayu mira watriyanti, Yasa, N. nyoman kerti & Sukaatmadja, I. P. G. (2020). *Technology Acceptance Model*. 96. https://www.google.gr/_/chrome/newtab?sepv=2&ie=UTF-8

Widyanyanti, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Kecendrungan 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 Paradiga Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Em 4.0*, 187–200.

Yatana Saputri, I. S., Fadhi, M., & S. (2017). Penerapan Metode UCD (User Centered Design) Pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Infromasi*, 3(2), 269–278. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v3i2.2017.269-278>