

DAFTAR PUSTAKA

- Agnesia, V., & Agung J. S., (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *Jurnal Akuntansi*, 32(3), 750-761
- Alyusi, S. D. (2016). Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial. *Kencana*, 1-153
- Amalina, Nur, Rony, A. K., Ilham, K. R., Dela, P. S., & Nur, A. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Pada Tingkat Penjualan UMKM Di Surakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (Jimat)*, 3(1)
- Asosiasi Penyedia Jaringan Internet Indonesia. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. [apjii.or.id. https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang](https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang)
- Budianto, A. E., (2020) Analisis Bisnis E-Commerce. *Media Nusa Creative*, 1-50
- Fitroh, A.L.(2021). Pengaruh E-commerce Dan Fintech Terhadap Pendapatan UMKM. *Fakultas Ekonomi*, 9-84
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25* (2018th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gustina, L., Welia, N., & Yohan, T. (2022) Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152-161
- Hasanah, R. L., (2020). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Purbalingga. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(2), 305-313
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Kala'lembang,. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54-65
- Kamsidah. (2022). Optimalkan Potensi UMKM Terhadap PDB Indonesia Melalui Lelang UMKM. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html>
- Limanseto, Haryo. (2021) UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

- Lorca, P., Javier, de, A., & Julita, G. D. (2019), Impact of E-Commerce Sales on Profitability and Revenue. The Case of the Manufacturing Industry. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 30(5), 544-555
- Puspita, J., (2019). Pengaruh Kemampuan Pedagang Dan Kondisi Pasar Terhadap Pendapatan Bersih Pedagang Kaki Lima Di Pasar Induk Pagar Dewa Kota Bengkulu. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*
- Putri, M. N. (2022). Literasi Keuangan Syariah dan Kinerja UMKM. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81-87
- Rini, M. N. A., & Muhammad, R. S. (2018) Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170
- Samson, A. A., Josiah, M., Bosun-Fakule, Y., & Imuzeze, O. E. (2012) The Impact of Working Capital Management on the Profitability of Small and Medium Scale Enterprise in Nigeria. *Research Journal of Business Management*, 6(2), 61-69.
- Sandriani. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Pasca Pandemi Desa Wawonduru Woja Dumpu NTB. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2018th ed.). ALFABETA
- Suyanto, M. (2003) Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia. *Andi*, 1-66
- Witi, F. L. (2021) Membangun E-Commerce: Teori, Strategi dan Implementasi. *Amerta Media*, 1-123.