

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Prihandy, J. H. (2014). Pengaruh Perceived Benefit, Perceived Risks, Psychological Factor, Hedonic Motivations dan Website Design Terhadap Perilaku Belanja Online (Online Shopping Behavior) di Jabotabek Tahun 2014. *Jurnal Telekomunikasi Bisnis dan Informatika*, 1-17.
- Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Kasus Empiris Pada OLX.com di Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Arikunto, S. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Berry, A. R. (2001). Small and medium enterprises dynamics in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 37(3), 363-384.
- Boediono. (2015). *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE.
- Cahaya Agung Purnama, I. W. (2012). Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 1(2), 300-310.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13.
- Fathimah, N. d. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(3).
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi di Perpustakaan. *Iqra : Jurnal Informasi dan Perpustakaan*, 9(1).
- Ferrell, O. &. (2011). *Marketing Strategy Fifth Edition*. USA: Cengage Learning.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS* . Semarang: Undip.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: UNDIP.

- Hernando, H. (2017). Faktor Pendukung Eksternal dan Pengadopsian E-Commerce pada UKM: Sebuah Model Konseptual. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Iqbal, M. (2013). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian E-Commerce Pada UMKM Khususnya Bisnis Keluarga*. Universitas Indonesia, Fakultas Ekonomi, Jakarta.
- Kadir, A. (2003). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Keegan, B. &. (2017). Evaluation and Decision-Making in Social Media Marketing. *Management Decision*, 55, 15-31.
- Kosasi, S. (2018). Analisis Kritis Adopsi E-Commerce Untuk Pasar Ekonomi Kreatif Melalui Kerangka Teknologi Organisasi Lingkungan. *Jurnal Voice Of Information*, 7(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Koufaris, M. a.-S. (2004). The Development of Initial Trust in an Online Company by New Customers. *Journal Information and Management*, 47, 377-397.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Kusmantini, T. (2012). Analisis Pengaruh E – Readiness Factor Terhadap Intensi UKM Adopsi E – Commerce. *Manajemen dan Bisnis*, 11(1).
- Leatenia, S. Y. (2020). Adopsi E – Commerce Pada UMKM Di Era Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada UMKM Kota Ambon). *Jurnal Sosoq*, 8(2).
- Leokamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM). Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(3).
- Lesmono, I. D. (2015). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Evolusi Jurnal Sains dan Manajemen*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.31294/evolusi.v3i1.622>
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya. Grafindo Persada.
- Mohd Rizaimy Shahrudin, M. W. (2012). Determinants of electronic commerce adoption in Malaysian SMEs' furniture industry. *African Journal of Business Management*, 6(10), 3648 - 3661. doi:10.5897/AJBM11.2477
- Monika Lee Supardi, M. L. (2019). Pengaruh Self Directed Learning Dan Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Ukm Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(2), 290 - 296.
- Ningtyas, P. K. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi ECommerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. *Performance Business And Management Journal*, 21(1).

- Nur Indriantoro, B. S. (2011). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Poetri, A. R. (2010). *Adopsi E - Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi UKM*. Universitas Sebelas Maret, Fakultas Ekonomi, Surakarta.
- Prastuti Sulistyorini, N. I. (2014). Pengaruh Adopsi E - Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pedagang Batik Di Pasar Grosir Setono). *Jurnal MAKSIMUM*.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sinarasri, A. N. (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E – Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum, 1(1)*.
- Soedono, T. S. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2003). *Ekonometri Terapan*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sutarman. (2009). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tanjung, J. K. (2019). *Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website, Perceived Benefit, E - WOM, Keamanan Terhadap Minat Beli Uang Secara Online (Studi Pada Konsumen Lazada di Yogyakarta)*. Universitas Sanata Dharma, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.
- Thamrin Abdullah, F. T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ujang, S. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 17 Tahun 2013 Tentang Usaha Mikro, K. d. (n.d.).

Widodo, M. P. (1994). *Planning and Management Change:Merencanakan dan Mengelola Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yulimar, V. A. (2011). Analisa Pengaruh Pengadopsian Electronic Commerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(2).

Zimmerer T. W & Scarborough N.M. (2009). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, Fourth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.