

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ali Fikri, Syamsul Arifin, M. F. F. (2022). Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. 2, *γ787*(8.5.2017), 2005–2003.
- Agnesia, V., & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh Penggunaan *E-commerce*, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM KotaDumai.*E-JurnalAkuntansi*,32(3),750.
<https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i03.p15>
- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Bayu, D. (n.d.). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. In *Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> ,
- Budianto, A., & Kusniawati, A. (2016). *Marketing Strategies Model with E-commerce in Improving Market Area of SMEs in Rural District Ciamis , West JavaProvince,Indonesia*.92–96.
<https://core.ac.uk/download/pdf/234627651.pdf>
- Damsar, D. (2015). *Pengantar Teori Sosiologi*.
- Dwiningrum, N. R. (2015). Pengaruh Karakteristik Personal dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Komitmen Organisasi (Studi kasus pada Politeknik Negeri Balikpapan). *JST (Jurnal Sains Terapan)*, 1(1), 34–39. <https://doi.org/10.32487/jst.v1i1.30>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). *Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang*. file:///C:/Users/ASUS X453S-AWX042D/Downloads/392-Article Text-1206-2-10-20220708 (2).pdf
- Irama, Leni Handayani, O. N., & Hermanto, B. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Medan. *Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 172–184.
- lara duta, G. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso*. universitas lampung.
- Lee, J. Y., Yang, Y. S., Ghauri, P. N., & Park, B. Il. (2022). The Impact of Social Media and Digital Platforms Experience on SME International Orientation:

- The Moderating Role of COVID-19 Pandemic. *Journal of International Management*, 28(4), 100950. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2022.100950>
- Lestari, V. D., & Suman, A. (2017). Analisis Pengaruh Electronic Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil. *Jimfeb Undip*, 1(1), 4–19.
- Musliha, F. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*. universitas islam negri raden intan lampung.
- Nauli, A., Anggarawati, S., & Abdillah, W. (2014). *Effect Of Social Media Marketing Variables On Marketing Performance Of Msmes In Indonesia Pengaruh Variabel Social Media Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Di Indonesia*. 5(1), 141–156.
- Nurasmi, altri wahida, rian mamming. (2023). *Peran Media Sosial Dan E-commerce Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. file:///C:/Users/ASUS X453S-AWX042D/Downloads/962-Article Text-3467-1-10-20221201.pdf
- Purwanto, Y. (2022). *Pengaruh Pemanfaatan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Probolinggo Jawa Timur* [universitas islam malang]. http://repository.unisma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/4344/1/S1_FEB_21_801081341_Yudi_Purwanto.pdf
- Putri, N. K. A. A. W., & Purwanti, P. A. P. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha Dan Penggunaan Ecommerceterhadap Penjualan Umkm Bidang Fashion Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(11), 1894. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i11.p03>
- Riduwan, & Sunarto. (2015). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi* (Cet. 2). Alfabeta.
- Rini, maria nila anggia, & Shihab, muhamaad rifki. (2018). *Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM*. file:///C:/Users/ASUS X453S-AWX042D/Downloads/anton,+artikel_7.pdf
- Rosmeli, S.E, M. ., Ekasari, N., & Nurhayani, S.E, M. . (2022). *Laporan Digital Forensik.docx*.
- Rusdi, Armiani, & Murjana, i made. (2023). *Pengaruh Media Sosial, E-commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah*. file:///C:/Users/ASUS X453S-AWX042D/Downloads/ref3.25.pdf
- Sari, S. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Penggunaan Teknologi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil di Kota Jambi*. <https://repository.unja.ac.id/>
- Sitanggang, F., Prihanto, P. H., & Umiyati, E. (2019). Pengaruh industri kecil terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jambi. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 7(3), 147–160. <https://doi.org/10.22437/pim.v7i3.7307>
- Siyoto, S., & Sodik, muhammad ali. (2015). (PDF) *Dasar Metodologi Penelitian*.

https://www.researchgate.net/publication/314093441_Dasar_Metodologi_Penelitian

- Umiyati, E., & Achmad, ; Erni. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi online pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 255–266. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i2.12555>
- wandra, rendy. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat) [islamnegeriradenintanlampung]*. [http://repository.radenintan.ac.id/21508/1/Full Skripsi Rendy Wandra.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/21508/1/Full%20Skripsi%20Rendy%20Wandra.pdf)
- Wiwin. (2022). *Pengaruh Perkembangan E- Commerce Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Dikecamatan Panjang Di Tinjau Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Central Kerupuk Kemplang Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung)*. 164.
- Yusuf, M. (2021). Pengaruh Electronic Commerce (E- Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, 05(01), 19–30.
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Nurabiah. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>