

### Daftar Pustaka

- Aziz, A., Mursityo, Y. T., & Rachmadi, A. 2018. Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap Business Performance Satisfaction (Studi Pada Pengusaha Kuliner di Kota Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 2 (11), 5708 – 5717.
- Ashwin. Dr. J. 2020. A Study on the Importance of Blog in Digital Marketing. *Jurnal UGC Care*. Vol. 19 (28), 305 – 316.
- Andzulis, J.M., Panagopoulos, N.G. and Rapp, A. 2012. A review of social media and implications for the sales process. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. Vol. 32 (3), 305-316. DOI : <https://doi.org/10.2753/PSS0885-3134320302>
- Alves, J., & Soeaidy, M. S. 2015. Strategi Pengembangan USAha Mikro Kecil dan Menengah dalam Upaya Penguatan Modal USAha di Timor Leste. *JISIP*. Vol. 4(2), 167 – 208. DOI : <https://doi.org/10.33366/jisip.v4i2.99>
- Ambadar, Jackie., Miranty Abidin., & Yanty Isa. 2010. *Membentuk Karakter Pengusaha*. Jakarta: Kaifa PT Mizan Pustaka.
- Asosiasi UMKM Indonesia. 2020. Dari <https://magelangekspres.com/2020/11/13/umkm-tak-bisa-100-persen-terhubung-e-commerce/>. Diakses pada 15/11/2020
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pengantar Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- BPS Kab. Magelang. 2019. *Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2014 – 2018*. Badan Pusat Statistik. Kabupaten Magelang.
- BPK RI. 2003. *Undang – undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 : Ketenagakerjaan*. Badan Pemeriksaan Keuangan Republik Indonesia. Jakarta.

- Boediono. 2012. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 :Ekonomi Mikro*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Djaali., dkk. 2000. *Pengukuran Dalam Pendidikan*. Jakarta: Program Pascasarjana.
- Depkop UMKM Indonesia. 2018. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017 – 2018*. Departemen Koperasi dan UMKM. Jakarta.
- Denkop UMKM Jawa Tengah. 2019. *Perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2019*. Departemen Koperasi dan UMKM. Jawa Tengah.
- Direktorat Jenderal Pajak Jawa Tengah. 2020. Dari <http://www.google.com/amp/s/jateng.tribunnews.com/amp/2020/02/10/umkm-jateng-tumbuh-di-kisaran-25-hingga-35-persen-ada-faktor-pemangkasan-pajak>. Diakses pada 15/11/2020.
- Firdausa, Rosetyadi Artistyan & Fitri Arianti. 2013. Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak. *Diponegoro Journal Of Economics*. Vol. 2, 1 – 6.
- Fairizta, Y. A., Suharno, S., & Anwar, N. 2021. Strategy for the Development of Batik Museum Tourism in Pekalongan City. *ICORE*. Vol. 5 (1), 510-517.
- Ghozali, I. 2009. *Ekonmetrika : Teori, Konsep dan Aplikasi SPSS*. 17. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Go Borobudur. 2017. *Profil Kecamatan Borobudur*. Dari <http://goborobudur.com/2017/03/15/limbah-bambu-disulap-menjadi-kerajinan-cantik-khas-borobudur/>. Diakses pada 15/11/2020.
- Guesalaga, R. 2016. The Use of Social Media in Sales: Individual and Organizational Antecedents and the Role of Customer Engagement in Social Media. *Industrial Marketing Management*. Vol. 54, 71-79. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.12.002>
- Gujarati, Damodar N. 2000. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*. Vol. 14(1), 15-30. DOI : <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Nasution, A. H., Sudarso, I., & Trisunarno, L. 2006. Manajemen Pemasaran Untuk Engineering. *CV ANDI OFFSET, Yogyakarta*.

- Indonesia, K.K. 2017. *Arah Kebijakan Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta.  
[http://www.depkop.go.id/uploads/tx\\_rtgfiles/01\\_Paparan\\_Sekretaris\\_Kementerian\\_KUKM\\_02.pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/01_Paparan_Sekretaris_Kementerian_KUKM_02.pdf). Diakses pada 27/10/2020.
- Indonesia, R. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Jakarta.
- Joesron, Suhartati, Fathorrazi. (2012). *Teori Ekonomi Mikro*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kurniati, E.D., & Susilowati, I. 2019. Sustainable Competitive Advantage of SMEs through Resource and Institutional-Based Management: An Empirical Study of Batik SMEs in Central Java, Indonesia. *Trziste/Market*. Vol. 31 (1), 61-82. DOI : <https://doi.org/10.22598/mt/2019.31.1.61>
- Karmawan, I. G. M., Sundjaja, A. M., & Luhukay, D. 2010. Analisis dan Perancangan E-commerce PD. Garuda Jaya. *In Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*. Dipresentasikan pada 19/06/2010.
- Khan, F., & Siddiqui, K. 2013. The importance of digital marketing. An exploratory study to find the perception and effectiveness of digital marketing amongst the marketing professionals in Pakistan. *Journal of Information Systems & Operations Management*. Vol. 7 (2), 211 – 428.
- Kannan, P. K. 2016. Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*. Vol. 34(1), 22 – 45. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kementerian Keuangan. 2020. From <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>. Diakses pada 14/11/2020.
- Kotler, P. and Armstrong, G., 2010. *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kholidah, N., & Hakim, M. R. 2018. Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *In Pengembangan Sumberdaya Wilayah Pantura Dalam Rangka Penguatan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0*. Dipresentasikan pada 14/11/2018.
- Liang, T.P. and Turban, E., 2011. Introduction to the special issue social commerce: a research framework for social commerce. *International Journal of electronic commerce*. Vol. 16(2), 5 – 14. DOI : <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415160201>

- Li, D.C., 2011. Online social network acceptance: a social perspective. *Internet Research*. Vol. 21 (5), 562 – 580. DOI : <https://doi.org/10.1108/10662241111176371>
- McGill, M.E., Slocum, J.A. Jr and Lei, D. 2005. Management practices in learning organizations. *Organizational Dynamics, Summer*. Vol. 21 (1), 5 – 17. DOI : [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(92\)90082-X](https://doi.org/10.1016/0090-2616(92)90082-X)
- MagelangKab. 2020. dari <https://desaborobudur.magelangkab.go.id/First/artikel/8/>. Diakses pada 15/11/2020.
- Mulyadi, S. 2003. *Ekonomi Sumber Daya manusia dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Munawir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta : Liberty.
- Mursito, H. 2019. Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 4 (2), 41 – 47. DOI : <http://dx.doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.P41-47.3949>
- Mokolensang, A. V., dkk. 2021. Analisis Keuntungan Penggunaan Teknologi Terhadap Usaha Kuliner di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Agro – Sosioekonomi*. Vol. 17 (1), 93 – 102. DOI : <https://doi.org/10.35791/agrsosek.17.1.2021.32265>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. 2019. Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*. Vol. 1(1), 43 – 53. DOI : <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Oetomo, B.S.D. 2001. *Perspektif e- Business: Tinjauan Teknis, Manajerial, dan Strategi*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Pradiani, T. 2017. Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. Vol. 11 (2), 46 – 53. DOI : <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. 2016. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Jurnal Eka Cida*. Vol. 1 (1), 30 – 39.
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. 2017. Model AIDA, Pola Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*. Vol. 1 (1), 22 – 36. DOI : <https://doi.org/10.25139/jkp.v1i1.170>

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol. 1(1), 1 – 17. DOI : <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Purwadarminta. 1985. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Partomo, T. dan A. Soejodono. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Ghalia. Jakarta.
- Priyatno, D. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riduwan. 2004. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta. Bandung.
- Rosidi, A. M., & Suparno, S. 2018. Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Home Industri Sepatu di Kabupaten Sidoarjo (Study Kasus di Kecamatan Krian). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*. Vol. 3 (2). DOI : <https://doi.org/10.1234/jeb17.v3i02.2131>
- Susilowati, I., Syah, A. F., Suharno, S., & Aminata, J. 2018. Economic valuation of tourism attraction of jatijajar cave in Kebumen Regency. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*. Vol. 11 (1), 12-28. DOI: <https://doi.org/10.15294/jejak.v11i1.13523>
- Suharno, S., & Saraswati, E. 2019. Meningkatkan Nilai Tambah Produk Tahu Melalui Diversifikasi Produk Menjadi Tahu Box di Desa Kalikabong, Kecamatan Kalimanah, Kabupaten Purbalingga. *Dinamika Journal : Pengabdian Masyarakat*. Vol. 1 (2), 6-11. DOI : <http://dx.doi.org/10.20884/1.dj.2019.1.2.887>
- Sarwanti, A., Hasiholan, L. B., & Wulan, H. S. 2017. Pengaruh Modal Usaha, Biaya Bahan Baku dan Tenaga Kerja Terhadap Kinerja Usaha Industri Tahu di Kabupaten Sukoharjo. *Journal of Management*. Vol. 3 (3).
- Saryawan, M. 2014. Analisis pengaruh modal usaha, jam kerja dan teknologi terhadap tingkat keuntungan UKM di Kecamatan Denpasar Utara. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Sherraden, Michael. 2006. *Aset Untuk Orang Miskin. Perspektif Baru Usaha. Pengentasan Kemiskinan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Simanjuntak, Payaman J. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta : LP – FE, UI.
- Sumarsono, S. 2007. *Ekonomi Mikro : Teori dan Soal Latihan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Suparmoko, M. 1998. Pengantar Ekonomi Mikro. Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro. Jakarta: Rajawali Press.
- Suparmoko, M.. Pengantar Ekonomi Mikro, Edisi 1. Yogyakarta: BPFE. 2011
- Suharno. 2009. Analisis Input Output Industri Manufaktur di Jawa Tengah. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 19 (1), 14-27.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Supriadi, C. 2016. From <http://www.marketing.co.id: http://www.marketing.co.id/dukung-wirausaha-wanita-lewat-aplikasi-dbs-businessclass/>. Diakses pada 27/10/2020.
- Supriadi, C. 2016. From <http://www.marketing.co.id: http://www.marketing.co.id/menkop-puspayoga-ukm-harus-manfaatkan-internet/>. Diakses pada 27/10/2020.
- Suprpto, A. H. 2016. Pengaruh Penetaan Harga dan E – Commerce Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Jack Donut di Curug Tanah Baru Depok. *Journal of Applied Business and Economics*. Vol. 2 (4), 345 – 354. DOI : <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v2i4.1527>
- Setda PemKab Magelang. 2015. *Kabupaten Magelang Mempunyai Potensi UMKM Yang Tinggi*. Diakses dari <https://setda.magelangkab.go.id/home/detail/kabupaten-magelang-memiliki-potensi-umkm-yang-cukup-tinggi/130>. Diakses pada 15/11/2020.
- Saputra, R, H, Baba, J, A, & Siregar, G, Y, K, S. 2018. Penilaian Kinerja Dosen Menggunakan Modifikasi Skala Likert dengan Metode Sempel Additive Weighting. *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika)*. Vol. 9 (1), 23 – 25. DOI : <https://doi.org/10.36448/jsit.v9i1.1029>
- Supriyono, R.A. 2000. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.Ermayanti.

- Syahrul, M.A. 2000. *Kamus Istilah-istilah Akuntansi, Keuangan dan Investasi*. Cetakan Pertama. Citra Harta Prima. Jakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Sumarni, Murti., & John Suprihanto. 2011. *Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.
- Sutrisno. 2007. *Analisis Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi (Edisi 1)*.
- Sukirno, Sadono. 2009. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sulaksono, J. 2020. Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*. Vol. 4 (1), 41-47. DOI : <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Stewart, F. 2016. *Technology and underdevelopment*. Springer.
- Saturwa, H. N., Suharno, S., & Ahmad, A. A. 2021. The impact of Covid-19 pandemic on MSMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 24 (1), 65-82. DOI : <https://doi.org/10.24914/jeb.v24i1.3905>
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tuanakotta, Theodorus M. 2000. *Teori Akuntansi*. Fakultas Ekonomi Jakarta: Universitas Indonesia.
- Turisbiyanto, Totok. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Industri So'on di Kabupaten Klaten (Studi Kasus di Desa Manjung Kecamatan Ngawen). *Tesis*. Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Tulus, T., Ahmad, A. A., & Suharno, S. 2020. Pengaruh Indikator Keuangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Industri Pengolahan di Provinsi Jawa Tengah. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. Vol. 4 (2), 404-410. DOI : [10.33087/ekonomis.v4i2.182](https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.182)
- Utomo, S. H., Qurrata, V. A., Purnamasari, V., & Seprillina, L. 2019. Peningkatan Omset Penjualan Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah Alas Kaki Berbahan Kulit. *Jurnal Karinov*. Vol. 2 (1), 57 – 61. DOI ; DOI: <http://dx.doi.org/10.17977/um045v2i1p57-61>
- Valand, J.B. and Gaur, A., 2020. Facebook as Tool of Marketing in the Era of Digital Marketing. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. Vol. 24 (5), 967–964. DOI : [10.37200/IJPR/V24I5/PR201768](https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I5/PR201768)

- Wardhana, A. 2015. Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *In Seminar Keuangan dan Bisnis IV UPI*. Dipresentasikan pada April 2015.
- Winardi. 2003. *Entrepreneur dan Entreprenership*. Jakarta. Kencana Prenada Media.
- Wardhanie, A. P., & Kartikasari, P. 2018. LP: Analisis Penggunaan Internet pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jawa Timur untuk Menembus Pasar Global dengan Metode O2O. *Project Report. Penelitian dan Pengembangan Stikom Surabaya*. DOI : <https://doi.org/10.24123/jbt.v3i02.2513>
- Xi, H., Hong, Z., Sun, J., Li, X., Wei, J., & Davison, R. M. 2016. Impulsive Purchase behaviour in Social Commerce: the Role of Social Influence. Paper dipresentasikan pada *Pasific Asia Conference on Information System (PACIS) Proceedings*. (p. 364). Dipresentasikan pada 27/06/2016.
- Zhu, Y. Q., & Chen, H. G. 2015. Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. *Business horizons*. Vol.58 (3), 335-345. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.01.006>

