

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Partanto, Pius dan Al Barry, M. Dahlan. (2001). Kamus Ilmiah Populer, Surabaya: Arkola
- Afrinawati. (2018). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 3, No. 2, Hal. 237-246. DOI : 10.15548/jebi.v3i2.182
- Anoraga, Pandji dan Djoko, Sudantoko. (2002). Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil. Semarang: Rineka Cipta
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Ayuni, Q., Hafied, C. dan Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 23 (2), hal. 129-142. DOI : <http://dx.doi.org/10.33299/jpkop.23.2.2382>
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2018). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Banyumas Menurut Lapangan Usaha 2014 – 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas
- Bambang Riyanto. (2001). *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. BPFE: Yogyakarta
- Boediono. (2002). *Ekonomi Makro : Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*, No. 1, Edisi 2. Yogyakarta : BPEE
- Boediono. (2006). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BFEE
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). Understanding IT-Enabled Interactivity In Contemporary Marketing, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 15 (4), hal. 18-33. DOI : <http://dx.doi.org/10.1002/dir.1020>
- Damayanti, Maharani Lutfiah. (2013). Teori Produksi. *Jurnal Pertanian Terpadu*, Vol. 2 (1), Hal. 1-15

- Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas. (2017). *Jenis UMKM Binaan Dinas Kabupaten Banyumas Tahun 2017*. Banyumas: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
- Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas. (2018). *Jumlah UMKM Per Sektor Kabupaten Banyumas Tahun 2018*. Banyumas: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol. 1, No. 2, Hal. 61-76. DOI : <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, Imam. (2016). *Pengantar Statistik Inferensial*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Hasan, I. (2004). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Heidrick, G. and Struggles, J. E. (2009). The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis. *Bulletin of The Transilvania University of Brasov*, Vol. 2 (51), hal. 161-166
- Hootsuite and We Are Social. (2019). *Digital in 2019 : Essential Insights Into How People Around The World Use The Internet, Mobile Devices, Social Media, And E-Commerce*. Diakses dari <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> pada tanggal 25 Juni 2020
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2010). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018*. Diakses dari [depkop.go.id/data-umkm](http://depkop.go.id/data-umkm) diakses pada tanggal 25 Juni 2020
- Khusaini, M. (2013). *Ekonomi Mikro : Dasar-Dasar Teori*. Malang : UB Press
- Kieso D. E., Weygandt J. J., dan Warfield T. D., (2011). *Akuntansi Intermediate*, Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga

- Kisato, Jacqueline. (2014). *Utilisation of E-Marketing Tools and Influencing Forces On The Performance of Micro and Small Fashion Enterprises In Nairobi Country, Kenya*. Kenyatta University
- Kotler P., dan Amstrong G., (2014). *Principles of Marketing*. 14 Edition. Pearson Education
- Kusnadi. (2000). *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate, Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Malang: Universitas Brawijaya
- Marfuah, Siti Turyani dan Sri Hartiyah. (2019). Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha. *Journal of Economic, Business and Engineering*, Vol. 1, No. 1, Hal. 183-195
- Maulana, Y. (2019). Yuswohadi: UKM Harus Manfaatkan Perkembangan Digital, dalam *SWA*, 6 Februari 2017. Diakses dari <https://swa.co.id/swa/csr-corner/yuswohady-ukm-harus-manfaatkan-perkembangan-digital>, pada tanggal 30 Agustus 2020
- Moekijat. (2000). *Kamus Istilah Ekonomi*. Bandung: Mandar Maju
- Mohammad, T. F., dan Debby, A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol. 1, No. 2, hal. 62-76. DOI : <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Nafarin. (2006). *Penganggaran Perekonomian*, Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Niswonger. (2006). *Prinsip Prinsip Akuntansi*, Edisi 19, Terj. Alfonsus Sirait dan Helda Gunawan. Tangerang : Interaksara
- Polandos, Prisilia Monika, DSM Engka & KD Tolosang. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 19, No. 4, Hal. 36-47
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal JIBEKA*, Vol. 11, No. 2, hal. 46-53. DOI : <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Prawirosentono, Suyadi. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Kebijakan Kinerja Karyawan*, Edisi 1, Cetakan Kedelapan. Yogyakarta : BFEE

- Radzi, S. M., Mohd H. M. H., Norzuwana S., Zurinawati M., Didi S., Karim S., Pupung P. (2016). *Heritage, Culture and Society; Research Agenda and Best Practices in the Hospitality and Tourism Industry*. London, New York: CRC Press
- Rahmatia, Madris & SU Nurbayani. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol. 4, No. 2, Hal. 43-47
- Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Riyanto, Bambang. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4, YOGYAKARTA : BFEE
- Romagnoli, Dania & Garbelli M. (2017). Why Promoting Online in a Global Electronic Marketplace Is a Successful Strategy for Small and Medium Sized Enterprises: The Alibaba Group Holding Business Model. *Country Experiences in Economic Development, Management and Entrepreneurship*, Hal. 423-442. DOI : 10.1007/978-3-319-46319-3\_26
- Rosadi, Eva. (2019). Pengaruh Modal dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Bersih Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industri Krupuk Kemplang Skip Rahayu Kecamatan Bumi Waras Teluk Bentong Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Sanjaya, R. dan Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sarjono, H. dan Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Soemarso, S. R. (2015). *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Empat*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta : ANDI
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

- Sulaksono, J. dan Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, Vol. 4, No. 1, Hal. 41-47. DOI : <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Sumarsono, Sonny. (2009). *Teori dan Kebijakan Publik Ekonomi Sumberdaya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tambajong, G. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3, Hal. 1291-1301. DOI : <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2550>
- Tuanakotta, T. M. (1984). *Teori Akuntansi; Buku I*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama
- Undang Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003 Tentang Tenaga Kerja
- Undang Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Urban, G. L. (2004). *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*. Upple Saddle River, NJ: Pearson Education
- Utari, T. dan Putu M. D. (2014). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Imam Bonol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 3, No. 12, Hal. 549-623
- Wardhana, Aditya. (2015). Strategi *Digital Marketing* dan Implikasinya Pada Keunggulan Barsaing UKM di Indonesia. *Jurnal Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis*, Vol. 4, Hal. 327-337
- Wasi, Abdul. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Produsen Tempe Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Kresek Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang). S1 Thesis. Banten : UIN Sultan Maulana Hasanuddin
- Yogatama, Ipunk. (2020). *Jurnal Teori Produksi*. Teknik Industri Umsida