

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, H., & Palisuri, P. (2018). Karakteristik wirausaha terhadap keberlanjutan industri kuliner tradisional. *Seminar Nasional Dan Call for Paper: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*, 403–410.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Academic Press. Inc.
- Aprilia, C. E. S. (2021). *Persentase Peningkatan Segmentasi Pasar Online di Masa Pandemi COVID-19*. Kumparan. <https://kumparan.com/christy-evanda/persentase-peningkatan-segmentasi-pasar-online-di-masa-pandemi-covid-19-1vBja9BD426/full>
- Armansyah. (2021). Muda Berkarya Motivasi Wirausaha Dalam Kajian Fenomenologi (Studi Kota Tanjungpinang). *Jurnal Kemunting. Program Studi Ilmu Administrasi Negara*, 2(2), 368–377.
- Ashshidiqy, N., & Ali, H. (2019). Penyelarasan Teknologi Informasidengan Strategi Bisnis. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 51–59. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i1.46>
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Penerbit Pustaka Pelajar.
- Dahono, Y. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Davis, F. D. (1989). IT usefulness and ease of use. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dwiastanti, A., & Mustapa, G. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal Dan Strategi Bertahan Umkm Dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha Di Musim Pandemi Covid 19. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 228–240.
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (Utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 155–166. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>
- E Porter, M. (2007). *Competitive Strategy*. Harvard University Press.
- Eti, K. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah*.
- Fadila, R. U. (2021). *1.785 Koperasi dan 163.713 UMKM Terdampak Pandemi Covid-19*. Pikiran Rakyat.

- Gurl, E. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51).
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>
- Harahap, N. J. (2019). Mahasiswa dan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ecobisma*, 6(1), 70–78.
- Hassanein, K., & Head, M. (2007). Manipulating perceived social presence through the web interface and its impact on attitude towards online shopping. *International Journal of Human Computer Studies*, 65(8), 689–708. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.11.018>
- Helaluddin. (2018). Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif. *Uin Maulana Malik Ibrahim Malang, March*, 1–15.
- Hidayat, M., Latief, F., Bahasoan, S., Widiawati, A., & Nianty, D. A. (2020). Factors Influencing Resilience of Micro Small and Medium Entrepreneur (MSME) during COVID 19 Outbreak in South Sulawesi Province Indonesia. *TEST Engineering & Management*, 83(May-June 2020), 26707–26721.
- Himawati, I. P. (2015). *Optimalisasi Peran Mahasiswa dalam Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif di Era Globalisasi*.
- Jonathan, G. M., & Kuika Watat, J. (2020). Strategic Alignment During Digital Transformation. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 402(1), 657–670. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63396-7_44
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. (n.d.). <https://kbbi.web.id/efisiensi>
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Lincoln, Y. ., & Guba, E. . (1985). *Naturalistic Inquiry*.
- Listiawati, M., & Indrawati, C. D. S. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27–36.
- Malau, P., Ambarita, L. M., & Sinaga, N. A. (2020). Sosialisasi Strategi Persaingan Bisnis Online di Era Pandemi Covid 19 di Fakultas Hukum Universitas Simalungun. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, 432–435.
- Marasabessy, A. I. (2021). Membangun Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Kedai Kopi “MM” Di Kota Ambon). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 151–157. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2338>
- Martoredjo, N. T. (2020). Pandemi Covid-19: Ancaman atau Tentangan bagi Sektor Pendidikan? *Jurnal Pendidikan*, 2(1), 1–15.

- Mawarti, R. I., & Riwayati, H. E. (2019). Peran Kualitas Pelayanan Memoderasi Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepercayaan Merek. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 433–446. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.102>
- Merdeka Belajar - Kampus Merdeka.* (n.d.). <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/about/latar-belakang>
- Mujib, A. (2015). Pendekatan Fenomenologi Dalam Studi Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(November), 167–183.
- Mukherjee, K. (2016). The Psychology of the Successful Entrepreneur. *International Journal of Advanced Engineering and Management*, 1(1), 25–32.
- Nasution, M. I. P. (2014). Keunggulan Kompetitif dengan Teknologi Informasi. *Jurnal Elektronik*.
- Nasution, S. (1988). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Naszariah, R., Naseri, N., Zamratul, N., Ahmad, A., Shariff, S., Hussin, H., & Norazmi Bin Nordin, M. (2021). Issues And Challenges Of Online Shoppingactivities On The Impact Of Corona Pandemic :A Study On Malaysia Retail Industry. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), 7682–7686.
- Parasuman, A., A. Zeithami, V., & Malhotra, A. (2005). A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–235.
- Porter, M. E. (1997). COMPETITIVE STRATEGY. *Measuring Business Excellence*, 1(2), 12–17. <https://doi.org/10.1108/eb025476>
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid. *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)*, 211–215. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/view/1187>
- Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Secapramana, V. (2000). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Sudarmono, A. (2020). *Academic Hardiness pada Mahasiswa Pelaku Usaha [Universitas Muhammadiyah Surakarta]*.

<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/84092>

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. 456.
- Syaifullah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & Junaedi, J. (2021). Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 523–531. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0523>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>
- Totoh, A. (2021). *Media Sosial untuk Bisnis*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/asep-totoh/media-sosial-untuk-bisnis-1vCNemJbO65>
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.
- Vogt, W. P., Vogt, E. R., Gardner, D. C., & Haeffele, L. M. (2014). Selecting the Right Analyses for Your Data: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods. In *Choice Reviews Online* (Vol. 52, Issue 05). The Guilford Press. <https://doi.org/10.5860/choice.186275>
- Wahyuningsih, E. S., Sagala, D. M., Rahmadani, Y., Arifah, A., & Sari, D. P. P. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Masa Pandemi (Studi PT Indofood Sukses Makmur). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3057–3065. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1341>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *Forum Keuangan Dan Bisnis IV*, 327–337.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>