

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, Z., & Fitria, S. E. (2020, April). ANALYSIS EFFECT BETWEEN RELATIVE ADVANTAGE AND COMPETITIVE PRESSURE TOWARDS ADOPTION E-COMMERCE IN SMEs (Among Cigondewah Textile Area). *e-Proceeding of Management*, 7, 70. Retrieved September 8, 2021
- Bulletin, C. (1997). *Electronic Commerce and the Consumer*. Retrieved Agustus 23, 2021, from Consumer Bulletin: <https://library.unt.edu/gpo/oca/cb12.htm>
- Consumer, B. (1997). *Electronic Commerce and the Consumer*. Retrieved Agustus 23, 2021, from Consumer Bulletin: <https://library.unt.edu/gpo/oca/cb12.htm>
- Filbert, M., & Wulandari, A. (2018). ANALISA PENERAPAN E-COMMERCE PADA UKM KEYKEY FROZEN FOOD CIMAHI TAHUN 2018. *e-Proceeding of Applied Science*, 4, 765-776. Retrieved Agustus 23, 2021, from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/7056/6951>
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish .
- Hulu, T. V., & Sinaga, R. T. (2019). *ANALISIS DATA STATISTIK PARAMETRIK APLIKASI SPSS DAN STATCAL (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)*. Yayasan Kita Menulis.
- Idris, M. (2021, Maret 26). *Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria, dan Contohnya*. Retrieved Agustus 23, 2021, from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>
- INFO, P. R. (2021). Gebrakan Inovasi Kala Pandemi : Talk Show Digitalisasi Pengelolaan usaha untuk UMKM. *Talk Show Digitalisasi Pengelolaan usaha untuk UMKM*. Bandung. Retrieved Oktober 5, 2021, from <http://info.pikiran-rakyat.com/?q=info-kita/gebrakan-inovasi-kala-pandemi-talk-show-digitalisasi-pengelolaan-usaha-untuk-umkm>
- Jahalia, D. T., & Nafiati, L. (2021). Niat Menggunakan E-Commerce Dengan Technology Acceptance Model (TAM) Pada UMKM. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(1), 8. Retrieved September 8, 2021

- Kementrian Koperasi dan UKM. (2021). "PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MENUJU SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs) DI ERA NEW NORMAL. *Webinar Nasional STEI* (p. 13). STEI . Retrieved September 28, 2021, from <https://drive.google.com/file/d/1OpHOyaFoGLQ5R3eA7O6NT00DBtjjqEmP/view>
- Khurana, A. (2019, Juni 26). *E-Commerce Basics*. Retrieved Agustus 23, 2021, from the balance smal business: <https://www.thebalancesmb.com/let-s-ask-the-basic-question-what-is-ecommerce-1141599>
- Kominfo. (2020). Rencana Strategis 2020-2024 Kementerian Komunikasi dan Informatika. (p. 211). KOMINFO. Retrieved September 28, 2021, from <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Lampiran%20%20Rancangan%20Rencana%20Strategis%20Kemenkominfo%202020-2024.pdf>
- Kurnia , S., Ali, M., Azougool, B., & Alhashmi, S. (2009). Adoption of Electronic Commerce Technologies by SMEs in Malaysia. *Conference Paper*, 11. Retrieved September 16, 2021
- Kurniawan, A. R., Chendra, M., Kelvin, K., Anderson, K., & Yudianto, W. (2021, Juli). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan e-commerce: Studi kasus di Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 11(2), 9. Retrieved September 8, 2021
- Makame, W., Kang, J., & Park, S. (2014). Factors influencing electronic commerce adoption in developing countries: The case of Tanzania . *S.Afr.J.Bus.Manage*, 45(2), 83-96. Retrieved Oktober 5, 2021
- Marsyadini, F., & Aprila, N. (2018). Niat Menggunakan E-commerce: Suatu Pendekatan Technology Acceptance Models (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Kota Bengkulu). *JURNAL AKUNTANSI*, 8(1), 12. Retrieved September 10, 2021
- Mubarok, I. (2021, Februari 18). *Apa Itu Marketplace? Berikut adalah Pengertian, Contoh & Jenisnya!* Retrieved November 2021, 27, from NiagaHoster: <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>
- Mufarrikoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nasri, A. F. (2020, Januari 17). PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Sistem Informasi*, 95. Retrieved Agustus 23, 2021

- Novitasari, & Sari, M. A. (2021, Juni). ANALISIS PERSEPSI KEMUDAHAN, SOCIAL INFLUENCE DAN. *PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MARKETPLACE OLEH UMKM DI JABODETABEK*, 8(1), 12. Retrieved September 8, 2021
- Nurhalimah. (2021). Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Kota Bandung. *Jurnal Digital Bisnis (Dimensi)*, 1(1), 8. Retrieved September 10, 2021
- Pramesti, G. (2015). *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. Jakarta: ELEX MEDIA KOMPUTINDO.
- Poetri, A. R. (2010). ADOPSI E-COMMERCE DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) BAGI UKM (Studi Kasus Pada UKM kota Solo Tahun 2010). *Universitas Sebelas Maret*, 1-79.
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(195), 142-150. Retrieved September 12, 2021
- Rouibah, K., & Ramasyah, T. (2009). User Acceptance of Internet Banking In Malaysia: Test of Three Competing Models. *International Journal of E-Adoption*, 1(1), 1-19. Retrieved September 16, 2021
- Santika , W., & Yadnya, P. (2017). ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TERHADAP. *Prosiding Seminar Nasional AIMI*, 255-264.
- Selamat, Z., & Jaffar, N. (2010). Information Technology Acceptance: From Perspective of Malaysian Bankers. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 207-217. Retrieved Oktober 5, 2021
- Tampubolon, N. H., Setyowati, N., & Adi, R. K. (2021, Juni). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT UMKM KULINER DALAM PEMANFAATAN LAYANAN GO-FOOD DI SURAKARTA. *SEA*, 10(1), 10. Retrieved September 10, 2021
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (K. Sihotang, Ed.) Jakarta: Unika Atma Jaya Jakarta.
- Utami, S. N. (2021, Maret 26). *Pengembangan Usaha: Pengertian, Jenis, Aspek, dan Strateginya*. Retrieved Agustus 23, 2021, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/03/26/150051369/pengembangan-usaha-pengertian-jenis-aspek-dan-strateginya>

- Uthruva, T., Setyowati, N., & Wijianto, A. (2016, Maret). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP NIAT PENGGUNAAN E-COMMERCE BAGI PELAKU UMKM AGRIBISNIS DI KABUPATEN SUKOHARJO. *AGRISTA*, 4(1), 91-102. Retrieved September 8, 2021
- Viswanath, V., Morris, G. M., Davis, B. G., & Davis, D. F. (2003, September). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. Retrieved Oktober 5, 2021
- Widianingsih, R., Sunarmo, A., & Primasari, D. (2015). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPLEMENTASI E-COMMERCE OLEH UMKM DI KABUPATEN BANYUMAS. *Journal & Proceeding*, 5, 16. Retrieved September 8, 2021
- Wulandari, S., Maslichah, & Afifudin. (2021, Agustus). PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, AKSESIBILITAS KREDIT, KEMAMPUAN MENYUSUN DAN MENYAJIKAN LAPORAN KEUANGAN, SERTA MINAT PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Pada UMKM di Kota Malang). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 10, 11. Retrieved September 8, 2021

