

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiah, E. T. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Nyata E-Commerce Sebagai Media Penjualan Barang Studi Kasus Usaha Pengrajin Sepatu Sandal Dan Tas Di Kota Bogor. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 10(2), 134–143.
- Ashari, rizky akmalia. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Penggunaan E- Commerce bagi Usaha Mikro Kecil Menengah pada Pengusaha Perak Di Kotagede Yogyakarta*. Universitas Islam Indoneisa.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2023). *Kota Surabaya Dalam Angka 2023*. BPS Kota Surabaya.
- Daga, R., Maddatuang, B., & Wahyuni, R. (2021). Faktor – Faktor Penghambat Penggunaan E- Commerce pada Usaha Mikro Kecil di Kota Makassar. *Journal of Management*, 3(3), 115–127. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Darsono, J. T., Susana, E., & Prihantono, E. Y. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior terhadap Pemasaran Usaha Kecil Menengah melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2).
- Deslianti, A., & Purwinarti, T. (2020). *Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Fitur Go-Food Aplikasi Online Go-Jek*.
- Farihatunisa, R., & Mafruhah, A. Y. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce oleh UMKM di Kota Bandung : Pendekatan Theory of Planned Behaviour. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(2), 350–354. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcses.v3i2.8239>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2).
- Hendrawan, A., Suchayowati, H., & Cahyandi, K. (2018). E-Commerce In Small And Medium Enterprises (Smes) In Order To Improve Performance. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 208–215.
- Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*,

1(1), 39–46.

- Jahalia, D. T. La, & Nafiati, L. (2021). Niat Menggunakan E-Commerce Dengan Technology Acceptance Model (TAM) Pada UMKM. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(1).
- Julisar, & Miranda, E. (2017). Pemakaian E-Commerce Untuk Usaha Kecil Dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing. *ComTech*, 4(2), 638–645.
- Karyawati, I. P. (2019). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Bppk.Kemenkeu.Go.Id. <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>
- Lestari, P. A. (2020). *Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Makassar*. Universita Muhammadiyah Makassar.
- Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Maimuna, Y., Limbong, D., & Pracita, S. (2022). Meningkatkan Keterlibatan Perempuan Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan Kota Kendari. *Ekonomi*, XXVII(03), 399–416.
- Mandasari, I. A. C. S., & Pratama, I. G. S. (2020). *The Use of E-Commerce During COVID-19 Pandemic Towards Revenue and Volume of MSMEs Sales*. 7(6), 124–130.
- Marsyadini, F., & Aprilia, 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), 55–66.
- Minan, K. (2021). Analisis Pendekatan Metode TAM Pada Penggunaan Aplikasi E-Commerce Kersna. *EKUITAS*, 3(2), 181–187. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1118>
- Nasri, A. F. D. (2020). *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bengkulu)*. IAIN Bengkulu.
- Nikolas, F., Antara, A. M. E., Fitriani, A. D. N., Darmayana, I. G., Agnestia, Pasangkin, J. K., & Islamiyah. (2022). Analisis Penerimaan Penggunaan Aplikasi E-Commerce Shopee Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Masyarakat Kalimantan Timur. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 1(2), 115–121.

- Ningsih, R., Sahara, Febrinda, R. ., Menanti, S., & Andhi. (2019). *Determinant Factors of SMEs in Adopting E-commerce in Indonesia*. 98, 29–33.
- Noverdiansyah, R., Khoiriah, A., Kananda, V., Sutoro, M., & Supratikta, H. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis E-Commerce Terhadap Peningkatan Kualitas dan Kinerja SDM Untuk Meningkatkan Profit UKM di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(2), 52–55.
- Nurfauzan, J. A., & Priyono, A. (2022). Analisis TAM dan TPB dalam Penerimaan Aplikasi Perdagangan Saham Seluler (Mobile) di Kalangan Investor di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(04), 79–96.
- Pebrina, E. T., Hutagalung, D., Sasono, I., Riyanto, & Asbari, M. (2021). Adopsi E-Commerce oleh UMKM di Banten: Analisis Pengaruh Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4426–4438.
- Putra, A. S. (2022). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Memengaruhi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(1), 39–48.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya* (T. Limbong (ed.)). Yayasan Kita Menulis. kitamenulis.id
- Sa'ad, W. N. (2017). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandarlampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Saputra, A., & Algifari. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *JEB*, 16(2), 106–114.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(12), 4043–4068.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *JMM Online*, 3(5), 501–509.
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Mitra Wacana Media.

- Supriatin, E. E., Marlina, I., Sangadji, S. S., Paerah, A. M. K., Dhaerta, F. Y., Afkar, & Eroliza. (2022). *Metodologi Penelitian* (Syarifuddin (ed.); 1st ed.). Cendekia Publisher.
- Supriyati, & Cholil, M. (2017). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(1), 81–102.
- Ulandari, S., & Widyawati, N. (2022). *Pengaruhmanfaat Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce (Studi Pada Pelaku Bisnis Umkmkota Surabaya Barat Pengguna E-Commerce)*.
- Utami, D. A., & Satria, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada UMKM Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah*.
- Uthruva, T., Setyowati, N., & Wijianto, A. (2016). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Penggunaan E-Commerce Bagi Pelaku Umkm Agribisnis Di Kabupaten Sukoharjo. *Agrista*, 4(1), 91–102.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Wiratama, K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Akuntansi Dan Kompatibilitas Terhadap Minat Umkm Dalam Menggunakan Aplikasi Si Apik. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(01), 58–69.
- Yuzaria, D., Rias, M. I., & Reswati. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Penggunaan E-Commerce Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Pengolahan Hasil Peternakan Di Kota Payakumbuh*.