

## Daftar Pustaka

- Agnesia, V., & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 750. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i03.p15>
- Apriyan, Y., Erlina Sasanti, E., & Nurabiah. (2022). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN LOMBOK BARAT. 2(2), 292–306.
- Arfida, 2003, *Ekonomi Sumber Daya Manusia* Jakarta: Ghalia Indonesia
- Arikunto. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Case, Karl E., Ray C. Fair, 2007, *Prinsip-prinsip Ekonomi*, Edisi Kedelapan, Jakarta : Erlangga
- Departemen Pendidikan Nasional, 2011, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Gramedia
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan, 2009, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tentang Pendapatan No.23*, Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia
- Dwi, P., & Susinah, K. 2017. *Electronic Commerce: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Informatika.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Erdogmus, I. E., & Çiçek, M. 2012. The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58:1353-1360.
- Hanna, Richard & Rohm, Andrew & Crittenden, Victoria. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*. 54. 265-273. 10.1016/j.bushor.2011.01.007.
- Harto, Dedy & Pratiwi, Sulistya & Nur Utomo, Mohamad & Rahmawati, Meylin. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*. 3. 39. 10.30595/jppm.v3i1.3033. Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Helmalia, A., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237.

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Goode, M. M., Harris, L. C., & Hill, J. (2012). Understanding social media engagement and its impact on brand loyalty. *Management Decision*, 50(2), 253-274.
- Greenstein, Marilyn and Miklos Vasarhelyi, 2002, *Electronic Commerce* , New York McGraw Hill
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265-273.
- Hansen, Don R & Maryanne M. Mowen. 2013. Akuntansi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta
- Hasan, S. (2021). The Influence of Social Media for Improving the MSMEs Culinary During Pandemic Covid-19 (Case Study: Culinary MSMEs in Bangkinang, Riau Province). *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 30–40. <http://journal.al-matani.com/index.php/invest/index>
- \_\_\_\_\_. (2020). The Konsekuensi Penerapan Mix Promosi terhadap Kinerja Pemasaran Bisnis Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 196-207.
- Helmalia, A., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237.
- Horngren CT, Datar SM, Rajan MV. 2015. *Cost Accounting A Managerial Emphasis fifteenth edition*. Pearson Education.
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15199/Wadah-UMKM-KEMENKEU-Aplikasi-Model-Satu-Paket-Kemudahan-Sistem-Untuk-Kesejahteraan-Bangsa.html>
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Joseph, O., Tulung, J. E., & Wangke, S. (2020). IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARDS BUSINESS PERFORMANCE OF MSMEs IN

MANADO DURING COVID-19 PANDEMIC. 596 *Jurnal EMBA*, 8(4), 596–605

Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2011, *Akuntansi Intermediate, Edisi Kedua Belas*, Jakarta :Erlangga

Komalasari, R. (2020). Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(1), 38-50. doi:<https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.369>

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali

Kurniawansyah, D., Kurnianto, S., & Rizqi, F. A. (2018). Teori Agency dalam Pemikiran Organisasi; Pendekatan Positivist dan Principle-Agen. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 3(2). <https://doi.org/10.31093/jraba.v3i2.122>

Laudon, J., & Laudon, K. C. 1998. *Essentials of Management Information Systems*. Prentice Hall. New Jersey.

\_\_\_\_\_. (2020). *E-commerce: Business, technology, society*. Pearson.

Mahliza, F. (2019). THE INFLUENCE OF E-COMMERCE ADOPTION USING SOCIAL MEDIA TOWARDS BUSINESS PERFORMANCE OF MICRO ENTERPRISES. *International Journal of Business, Economics and Law*, 18(5), 290–299.

Mbwana. A. K. (2019). Influence Of Social Media Marketing On Performance Of Small and Medium Enterprises In Nairobi County, Kenya. *European Journal of Business Management Research*. Vol. 4 No. 5. 2019.

McLeod, Pearson. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.

Mulyadi. 2013. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat

Mursito, H. 2020. Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 41. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p41-47.3949>

Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(5), 501–509.

Purwiantoro, D dan W. Hadi. 2016. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA.1* (1): 30-39

- Puryati, D., & Kuntadi, S. (2017). Biaya Produksi, E-Commerce dan Penjualan Produk Pada Sentra Kaos Bandung. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 2(2), 217-228.
- Rahmanda, E., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Modal Pribadi, Harga dan Sosial Media terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(10). Rianty, M., & Fitri Rahayu, P. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. 16(2), 153–167. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). Pengaruh Transaksi Online (*E-commerce*) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501–509. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>
- Srirejeki, K. (2019). Analisis Manfaat Media Sosial Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JURISM. Vol. 10 No.1 April 2019*.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. 2020. *E-commerce* untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta
- Supriyati. 2015. *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Labkat Press.
- Supriyono. 2014. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Buku 1 Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.
- Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh *E-commerce* Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>
- Turban, Efrain, et al, 2002. "E-commerce: A managerial perspective." Low Price Edition.
- Wahyuni, L., Sutanto, H., & Manan, A. (2022). PENGARUH BANTUAN PRODUKTIF USAHA MIKRO (BPUM), PEMANFAATAN E-COMMERCE, DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PENGUSAHA MIKRO DI KECAMATAN KOPANG. 7(2). <http://www.ekonobis.unram.ac.id>

Yadav, S. (2021). Agency Theory and Internationalization: A Critical Assessment of Literature. In O. L. Emeagwali & F. Bhatti (Eds.), *Corporate Governance - Recent Advances and Perspectives*. IntechOpen.  
<https://doi.org/10.5772/intechopen.99192>