

DAFTAR PUSTAKA

- Abdila, R. (2024). *Ribuan UMKM Wilayah Jawa Barat dan DKI Jakarta Didorong Naik Kelas Lewat Pendampingan dan Inkubasi Artikel ini telah tayang di Tribunnews.com dengan judul Ribuan UMKM Wilayah Jawa Barat dan DKI Jakarta Didorong Naik Kelas Lewat Pendampingan dan Inkubasi*, . https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/03/04/ribuan-umkm-wilayah-jawa-barat-dan-dki-jakarta-didorong-naik-kelas-lewat-pendampingan-dan-inkubasi#google_vignette
- Abdillah, M. R., Lin, C. T., Anita, R., Suroto, B., & Hadiyati. (2018). Knowledge-sharing behavior among banking officers in Indonesia. *Journal of International Studies*, 11(2), 136–153. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-2/10>
- abunawas kamaluddin, nur fadilah amin. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Adlyne, P. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BELI DI TOKO ONLINE SHOPEE*. 2019, 1–23.
- Aisyah, Z. L. (2023). *Pelaku UMKM Karawang diminta beradaptasi dengan dunia digital*. <https://beritapasundan.com/pelaku-umkm-karawang-diminta-beradaptasi-dengan-dunia-digital/?amp=1>
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Ananda, S. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-commerce, Human Capital dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kelangsungan Usaha Pada Umkm di Kabupaten Garut*. 7(3), 6.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Aryanto, A., Hanum, N., & Syaefudin, R. (2023). Faktor Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan pada Penerapan Akuntansi Digital serta Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Owner*, 7(1), 632–643. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1224>
- Ausat, A. M. A., Astuti, E. S., & Wilopo. (2022). Analysis Of Factors That Influence On E-Commerce Adoption And Their Impacts For Sme Performance In Subang District. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 9(2), 333–346. <https://doi.org/10.25126/jtik.202295422>
- Az-zahra, H. N., Tanya, V. A., & Apsari, N. C. (2021). Layanan Online Food Delivery Dalam Membantu Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 156. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33513>
- Baharrudin, S., Ludfiana, M., Santoso, B., Putra, E. M., & Pratiwi, R. (2021). Pengaruh Kompetensi Digital Dan Keterikatan SDM Terhadap Kinerja DISPERMADES Provinsi Jawa Tengah. *Prosiding Seminar Nasional*

- Manajemen Dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)*, 1–9.
<http://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/view/12/12>
- Biro Pusat Statistik. (2023). *eCommerce 2022/2023 01*. 1–144.
<https://www.bps.go.id/>
- Chong, O. &. (2022). Analisis Toe Mempengaruhi Adopsi Media Sosial Untuk Produk Umkm Di Sentra Kreasi Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 176–194.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2247>
- Deviastri, L., & Annisa, I. T. (2022). Peran Inovasi, Kolaborasi dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(1), 52–63.
<https://doi.org/10.33476/jobs.v3i1.2472>
- Effendi, M. ., Sugandini, D., Istanto, Y., Arundati, R., & Adisti, T. (2020). *The Technology-Organization-Environment Framework: Adopsi Teknologi Pada UKM* (Issue 1).
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896.
<https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Fadilla, N. P., Effendy, L., & Hudaya, R. (2023). Determinants of E-commerce Adoption in MSMEs in NTB Mall. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 03(01), 565–578.
<https://ajmesc.com/index.php/ajmesc>
- Fakhriyyah, D. D., Sari, A. F. K., Damayanti, L. A., & Susilawati, M. (2021). Perluasan Pangsa Pasar Produk UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Pemanfaatan Marketplace. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(3), 180. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i3.13197>
- Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 445–464. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.18105>
- Ghozali, I. (2016). *Ghozali Imam 2011 Aplikasi Analisis Mult.pdf* (p. 129).
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). Updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107.
- Hamidiana, Z., Meidiana, C., & Suwasono, H. (2016). Model Struktural Partial Least Square Karakteristik Masyarakat Terhadap Kuantitas dan Kualitas Mata Air (Studi Kasus Desa Gunungsari Kota Batu). *J-Pal*, 7(2), 60–67.
- Hanif, M., Zamzabila, B., & Darmawan, Z. A. (2022). Pengaruh Dukungan Rekan Kerja terhadap Kualitas Pekerjaan pada Karyawan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 162.
<https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v2i1.2262>
- Harfie, lastiati and. (2022). Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol . 11 No . 2 Oktober 2022 FEB Universitas Budi Luhur. *Jurnal Akutansi Dan Keuangan*, 11(2), 101–119.
- Hendiana, R. (2019). *Kompatibilitas juga merupakan tingkat kesesuaian inovasi*

- yang dipilih perusahaan dengan pengalaman pengguna di perusahaan. *Sebagaimana*. 2, 5–10.
- Hoti. (2019). *kesiapan penggunaan mobile payment gopay pada umkm menggunakan toe framework*. 2, 5–10.
- Husna, V. (2022). Pengaruh Layanan Food Delivery (Go-Food) Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Kasus Go-Food di Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru). *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository*, 1–2. <http://repository.uin-suska.ac.id/62354/>
- Indriyati, R. N., & Aisyah, M. N. (2019). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology Dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 209–223. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26660>
- Jahanshahi, A. A., Zhang, S. X., & Brem, A. (2013). E-commerce for SMEs: Empirical insights from three countries. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 849–865. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2012-0039>
- Kaplan H. (2015). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Proses Rekrutmen Batch 3 Mahar Agung Organizer. *Syria Studies*, 7(1), 37–72. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~renyal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- Kawalek, P., & Ramdani, B. (2007). Organizational Dynamics of Technology-Based Innovation: Diversifying the Research Agenda. *Organizational Dynamics of Technology-Based Innovation: Diversifying the Research Agenda*, May. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-72804-9>
- Khasanah. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.2>
- Kurniasih, C. E., Aqualdo, N., & Zuryani, H. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Wirausaha Perempuan. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 9(2), 62–74. <https://doi.org/10.24036/scs.v9i2.446>
- Manik Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 73–81. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.179>
- Maroufkhani, P., Tseng, M. L., Iranmanesh, M., Ismail, W. K. W., & Khalid, H. (2020). Big data analytics adoption: Determinants and performances among small to medium-sized enterprises. *International Journal of Information Management*, 54(2020). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102190>
- Noviani Hanum, A., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.1-15>

- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2010). Understanding e-business adoption across industries in European countries. *Industrial Management and Data Systems*, 110(9), 1337–1354. <https://doi.org/10.1108/02635571011087428>
- Palangan, C. Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Adopsi E-commerce oleh UMKM Kerajinan DIY. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 425–435. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.8232>
- Pangesti, S. D., & Adyaksana, R. I. (2021). Determinan adopsi e-commerce dan dampaknya pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 3(2), 97–107. <https://doi.org/10.36067/jbis.v3i2.100>
- Priambodo, I. T., Sasmoko, S., Abdinagoro, S. B., & Bandur, A. (2021). E-Commerce Readiness of Creative Industry During the COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 865–873. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0865>
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 1(1), 30–39. <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>
- Putri, S. Z., Hariadi, M., & Rachmadi, R. F. (2023). Rekomendasi Barang pada E-commerce menggunakan Content Based Recommender System berbasis Ethereum Blockchain. *Jurnal Teknik ITS*, 12(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v12i2.115263>
- Rahayu, D. N. & R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang). *E-Jra*, 11(01), 57–68.
- Rahma, S. (2023). *UMKM 2023: Kendala Memasuki Pasar Digital*. <https://mediaindonesia.com/opini/548450/umkm-2023-kendala-memasuki-pasar-digital>
- Rahmah, A. M. Z., & Sitorus, O. F. (2022). Efek penerapan online food delivery pada UMKM. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(3), 657–663. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11418>
- Rapali, J. A., & Soelaiman, L. (2019). Pengaruh Teknologi, Organisasi, Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Jakarta Melalui Adopsi Media Sosial Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 890. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i4.6586>
- Religi, W., Gus, M., Jombang, D. U. R., Makam, K., & Dur, G. (2024). *Analisis Budaya Organisasi Pada Umkm Fruit Thai Di*. 6, 273–279.
- Sani, P. T. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Mengadopsi Teknologi Online Ticketing : Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model. *Unika Repository*, 44–55. <http://repository.unika.ac.id/16556/4/14.G1.0020 PRETY TIARA SANY.BAB III.pdf>
- SAPUTRI, S. A., BERLIANA, I., BERLIANA, I., & NASRIDA, M. F. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia.

- KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>
- Sari, U. K., Setyadi, H. J., & Widagdo, P. P. (2023). Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Terpadu Layanan Prodi (SIPLo) Menggunakan Model Delone Dan Mclean Pada Fakultas Teknik Universitas Mulawarman. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 48–58. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.536>
- Sriyana, S., & Bumbun, B. (2021). Dinamika Sosial Pedagang Di Pasar Blauran Kota Palangka Raya. *Jurnal Sociopolitico*, 3(1), 16–25. <https://doi.org/10.54683/sociopolitico.v3i1.37>
- Sugiyono. (2018a). *metode kuantitatif*.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang Di Desa Cukanggenteng. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(3), 197–208.
- Sukatin, Nurkhalipah, Kurnia, A., Ramadani, D., & Fatimah. (2022). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.
- Sunu, L. (2023). *Keterbatasan Pengetahuan Teknologi dalam Mengikuti Perkembangan Zaman*. <https://www.kompasiana.com/sunu1721/651a35c508a8b52b806f5512/keterbatasan-pengetahuan-teknologi-dalam-mengikuti-perkembangan-zaman>
- Suryati. (2021). Jurnal mahasiswa akuntansi unsurya vol.1, no. 1, januari 2021. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurya*, 1(1), 47–59.
- Tasya. (2022). Determinan Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Fashion di Pekanbaru). *Accountia Journal*, 6(2), 31.
- Usmi, A. (2022). PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP ONLINE FOOD DELIVERY ORDER DI DKI JAKARTA (Studi kasus : GoFood dan GrabFood). In *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Utami, D. A. (2020). Umkm Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Sektor Food & Beverages). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 9(1), 15. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6937>
- Utami, S. N., Ramdhan, N. A., Syahlani, S. P., & Widiati, R. (2020). PERSEPSI UMKM TERHADAP PEMANFAATAN E-COMMERCE e-SIATIK (ternakitik.com) DI KABUPATEN BREBES. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(2), 161. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i2.891>
- Wahyuni, N., Ade Irman Saeful Mutaqin S., & Akbar Gunawan. (2019). Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 1(6), 31–39. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Dinamika/article/viewFile/8758/5837>
- Wijoyo, H., Indrawan, Ariyanto, A., Wongso, I., Musnaini, Akbar, M. F., Anggraini, N., Suherman, Suryanti, & Devi, W. S. G. R. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Vol. 5, Issue 1).
- Wong, K. K. K.-K. (2013). 28/05 - Partial Least Squares Structural Equation

- Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32. http://marketing_bulletin.massey.ac.nz/v24/mb_v24_t1_wong.pdf
[http://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_\(PLS-SEM\)_Techniques_Using_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_(PLS-SEM)_Techniques_Using_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf)
- Yanto, R. T. Y., & Anjasari, A. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Toko Online Shopee). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 1–13.
- Zanahzubir, J. A., & Buana. (2023). Peran lingkungan kerja pada umkm bolu kijing terhadap kinerja karyawan. 1(3), 163–170.
- Zeng, N., Liu, Y., Gong, P., Hertogh, M., & König, M. (2021). Do right PLS and do PLS right: A critical review of the application of PLS-SEM in construction management research. *Frontiers of Engineering Management*, 8(3), 356–369. <https://doi.org/10.1007/s42524-021-0153-5>
- zulfatun, taufiq, N. (2021). Indonesian Journal of Business and Economics. *Indonesian Journal of Business and Economics*, 4(2). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijbe/article/view/4754>