

DAFTAR PUSTAKA

- Andarningtyas, N. (2021). Maju Bareng Tiktok Dorong UKM Digital Lewat Pelatihan. *AntaraNews*. <https://www.antaranews.com/berita/2177962/maju-bareng-tiktok-dorong-ukm-digital-lewat-pelatihan>
- Anjaningrum, W. D. (2020). Efektivitas Digital Marketing Dan Networks Dalam Mendongkrak Kinerja Pemasaran UKM Di Masa Pandemi Covid-19. *SENABISMA: Seminar Nasional Administrasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(7), 50–61. <https://prosiding.polinema.ac.id/senabisma/index.php/senabisma/article/view/16/15>
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 55–65. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.302>
- Arbi, I. A. (2020). Untuk Pelaku UMKM, Ini Stimulus Pemprov DKI Jakarta yang Perlu Kalian Tahu. *Kompas.Com*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/12/05/17381261/untuk-pelaku-ukm-ini-stimulus-pemprov-dki-jakarta-yang-perlu-kalian-tahu?page=all>
- Ardianti, P. N. H., Suwandewi, P. A. M., & Danini, D. A. R. (2020). Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19. *Prosiding Webinar*
- Arindita, R. (2019). Personal Branding Mom-Influencer dan Representasi Ibu Millennial di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 11–24.
- Astutik, Y., & Umah, A. (2020). Teten Kecewa Banyak UMKM Masih Belum Go Digital, Kenapa? *CNBC Indonesia*.
- Bunga, A. A. (2019). Pengaruh Motivasi Terhadap Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(5), 55.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*, 9(1), 140–157. <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>

- CNN Indonesia. (2021). Rincian PP Turunan UU Cipta Kerja Pemberi Kemudahan Berusaha. *CNN Indonesia*.
- Dahono, Y. (2021). Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021. *BeritaSatu*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, B. K. (2021). Sebabkan Batuk dan Sesak Napas, Begini Covid-19 Merusak Paru-paru. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/sains/read/2021/06/23/170500723/sebabkan-batuk-dan-sesak-napas-begini-covid-19-merusak-paru-paru?page=all>
- F.Hair, J., M.Hult, G. T., M.Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (L. Fargotstein (ed.); 2nd ed.). Sage Publications.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hamzah, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8, 128.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Hamzah, Z. A. Z., Kamarudin, K., Toklubok, P., & Yaakob, N. A. (2019). *Adakah Teknologi Digital Menghalang Kecekapan Berkomunikasi Antara Generasi?*
http://conference.kuis.edu.my/pasak4/images/Fullpaper/083-KK_ZAITUL_AZMA_ETAL.pdf
- Haryanti, D. M. & Hidayah, I. (2018). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil Yang Berperan Besar. *UKM Indonesia*.
- Haryanto, A. T. (2021). Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari. *Detikinet*.
- Hasibuan, L. (2020). Putri Tanjung Beberkan Dampak Pandemi Terhadap UMKM RI. *CNBC Indonesia*.

- <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201126200053-25-205012/putri-tanjung-beberkan-dampak-pandemi-terhadap-umkm-ri>
- Hayes, A. (2020). *T-Test*. Investopedia.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 53–60. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Herman. (2020). APJII: Pengguna Internet Indonesia Capai 196,7 Juta. *Berita Satu*. <https://www.beritasatu.com/digital/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (C. S. Rahayu (ed.)). Hidayatul Quran Kuningan.
- Hidayat, A. (2012). *Hipotesis Penelitian Adalah: Penjelasan Lengkap*. Statistikian.
- Idris, M. (2021). Apa itu UMKM: Pengertian, Kriteria dan Contohnya. *Kompas.Com*.
- iMarketology. (2020). *Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Pemasaran Digital*. MarketingCraft. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/dampak-revolusi-industri-4-0-pada-pemasaran-digital>
- Jayani, D. H. (2020). *Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaskan-pandemi-covid-19#>
- Kleijnen, M., de Ruyter, K. & Wetzels, M. (2007). An Assessment of Value Creation in Mobile Service Delivery and The Moderating Role of Time Consciousness. *Journal of Retailing*, 83, 33-46.
- Kwong, K., & Wong, 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%5Cnhttp://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_\(PLS-](http://marketing-bulletin.massey.ac.nz/v24/mb_v24_t1_wong.pdf%5Cnhttp://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_(PLS-)

- SEM)_Techniques_Using_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf
- Kwong, K., & Wong, K. (2016). Technical Note: Mediation Analysis, categorical, moderation analysis, and higher-order constructs modeling in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): A B2B Example using SmartPLS. *The Marketing Bulletin*, 26, 1–22.
https://www.researchgate.net/profile/Ken-Wong-6/publication/303402222_TECHNICAL_NOTE_Mediation_analysis_categorical_moderation_analysis_and_higher-order_constructs_modeling_in_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_PLS-SEM_A_B2B_Example_using
- Mackay, M., Perkins, H. C., & Gidlow, B. (2013). DIY “worlds” and the co-construction of home and self. *APNHR*.
https://researcharchive.lincoln.ac.nz/bitstream/handle/10182/10017/DIY_worlds_home_and_self.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*, 6.
- Mcleod, S. (2018). *Maslow's Hierarchy of Needs*.
<https://canadacollege.edu/dreamers/docs/Maslows-Hierarchy-of-Needs.pdf>
- Mero, J., Karjaluoto, H., & Jayawardhena, C. (2012). *Digital and social media marketing usage in B2B industrial section Virtue Ethics View project MORE: Moral intensity and social responsibility in elite-sport organizations View project*. 22(2), 102–117.
<https://www.researchgate.net/publication/281117621>
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47.
<https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.19>
- Ningrum, D. W. (2013, October 12). Peluang Bisnis Besar, Digital Marketing Makin Dilirik. *Liputan6*.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64.
<https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Pitoko, R. A. (2021). Baru 13 Persen dari 64 Juta UMKM yang Go Digital. *IDN*

- TIMES*. <https://www.idntimes.com/business/economy/ridwan-aji-pitoko-1/baru-13-persen-dari-64-juta-umkm-yang-go-digital/2>
- Pratama, K. R. (2020). Studi: Bermain Video Game Meningkatkan Perasaan Bahagia. *Kompas.Com*.
- Prayitno, B., & Renta Yustie. (2021). *Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Saat Pandemi Covid-19 di Kota Surabaya Tahun 2020 (Studi Kasus di Pasar Puncung Surabaya)*. 19, 192–205.
- Prayogo, C. (2019). Mendorong Pebisnis Beralih ke Digital Marketing. *Wartaekonomi.Co.Id*.
- Purwanto, A. (2020). Potret dan Tantangan UMKM di Indonesia. *Kompaspedia*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potret-dan-tantangan-umkm-di-indonesia>
- Purwanto, P., & Fachrizi, A. R. (2021). Upaya Meningkatkan Penjualan Pada UKM Makanan Akibat Terdampak Pandemi COVID 19. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.30651/hm.v2i1.5788>
- Putra, D. A. (2020). Pemeribtah Siapkan Rp 677 Triliun untuk Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Liputan6*.
- Rachmawati, F. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya [Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]*. http://digilib.uinsby.ac.id/26290/2/Fitri_Rachmawati_B96214120.pdf
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 179–203. <https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2018-0062>
- Riyanto, G. P. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. *Kompas.Com*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>

- Rosyadi, I. (2013). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Mahasiswa. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17, 111-112.
- Royani, F., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Keterkaitan Tingkat Kepercayaan Pengguna Dalam Melakukan Transaksi Online (E-Commerce) Pada Instagram. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer E-ISSN*, 2548(9), 964X.
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawan, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2, 313–323.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press).
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=5OiZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pemasaran+adalah+shinta+2011&ots=3cnfu9b3H-&sig=PsHt_uypRr3RiSQPwScOJ4LNvqM&redir_esc=y#v=onepage&q=pemasaran+adalah+shinta+2011&f=false
- Simanjuntak, M., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital Melalui Technology Acceptance Model. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 786–792.
- Soleha, A. R. (2020). Kondisi UMKM Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekombis*, 6(2), 165–178.
- Stephanie, C. (2021). Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial. *Kompas.Com*.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6, 51–58.
- Tiofani, K. (2021). Upaya Kemenparekraf Kejar Sektor Kuliner yang Tertinggal. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/food/read/2021/04/08/121100875/upaya-kemenparekraf-kejar-sektor-kuliner-yang-tertinggal?page=all>
- Ulum, M., Tirta, I. M., Anggraeni, D., & . (2014). Structural Equation Modeling Analysis For Small Samples With Partial Least Square Approach [Analisis

Structural Equation Modeling Untuk Sampel Kecil Dengan Pendekatan Partial Least Square]. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Universitas Jember*, 1(1), 1–15.

Wandari, S. (2020). Indonesia Gandeng Google Perkuat Bisnis Digital Perempuan UMKM. *Media Indonesia*.

<https://mediaindonesia.com/humaniora/370062/indonesia-gandeng-google-perkuat-bisnis-digital-perempuan-umkm>

We Are Social, & Hootsuite. (2021). *Digital 2021 - We Are Social*.

<https://wearesocial.com/digital-2021>

Wolf, M., & Mcquitty, S. (2013). *Circumventing Traditional Markets : An Empirical Study of the Marketplace Motivations and Outcomes of Consumers ' Do-It-Yourself Behaviors Circumventing Traditional Markets : An Empirical Study of the Marketplace Motivations and Outcomes of Consumers ' Do*. April. <https://doi.org/10.2307/23461947>

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.

Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan, 7(1), 17–23.

<https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>