

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, N. M., Mapatoba, M., & Horawa, D. (2018). Perbandingan Kinerja UKM Dengan Penggunaan E-Commerce (Studi Kasus UKM Banua Cokelat dan Cokelat Sakaya). *Jurnal Pembangunan Agribisnis*, 1(1), 8–17.
- Ardianti, R. (2016). Perkembangan Adopsi e-commerce dan Implikasinya bagi Manajemen Organisasi Bisnis. *Akuntansi Dan Keuangan Pulit Petra*, (2007).
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 22 No. 1 Mei 2015|*, 16(3), 263–301. [https://doi.org/10.1016/0043-1354\(82\)90189-0](https://doi.org/10.1016/0043-1354(82)90189-0)
- Balakrishnan, N., & Chakravarty, A. K. (1996). Managing engineering change: Market opportunities and manufacturing costs. *Production and Operations Management*, 5(4), 335–356. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.1996.tb00404.x>
- Bekasikota.go.id. (2018). 410 Ribu Tenaga Kerja Diserap UMKM Bekasi.
- Bekaskota.go.id. (2018). 410 Ribu Tenaga Kerja Diserap UMKM Bekasi. Retrieved from <https://www.bekasikota.go.id/detail/410-ribu-tenaga-kerja-diserap-umkm-bekasi>
- Bennet, R. G. (1998). *Fundamentals of cutaneous surgery*. St. Louis: CV Mosby.
- Bharadwaj, S. G., Fahy, J., & Varadarajan, P. R. (2015). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: a Conceptual Model and Research Propositions, 57(4), 441–443. https://doi.org/10.1007/978-3-319-13248-8_90
- Boateng, R., Hinson, R., Heeks, R., & Molla, A. (2008). E-commerce in least developing countries: Summary evidence and implications. *Journal of African Business*, 9(2), 257–285. <https://doi.org/10.1080/15228910802479919>

- Damanpour, F. (1991a). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590. Retrieved from <http://amj.aom.org/cgi/doi/10.2307/256406>
- Damanpour, F. (1991b). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
- Darroch, J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 101–115. <https://doi.org/10.1108/13673270510602809>
- Darwin, W. (2012). Potret Pengguna Internet Tahun 2012. *Marketeers*.
- Depary, A. O. (2010). *ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA PEMASARAN DI STASIUN PENGISIAN BAHAN BAKAR UNTUK UMUM (SPBU) DI SEMARANG*. Universitas Diponegoro. Universitas Diponegoro.
- Dhewanto, W. (2014). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Dianari, R. G. F. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Bina Ekonomi*, 22(1), 43–62. <https://doi.org/10.26593/be.v22i1.3619.45-64>
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA NASI KUNING DI KOTA MANADO. *ISSN 2303-1174*, 2(3), 1214–1224.
- Eugene, B., & Weston, J. F. (1996). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi ke S). Erlangga.
- Farida, N., Naryoso, A., & Yuniawan, A. (2017). Model of Relationship Marketing and E-Commerce in Improving Marketing Performance of Batik SMEs. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1), 20–29.

<https://doi.org/10.15294/jdm.v8i1.10408>

- Fatmariansi. (2011). Pengaruh Adopsi Teknologi Informasi Open Source E-Commerce Terhadap Kinerja UKM Dengan Faktor-Faktor Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Moderating Variable. *Jurnal Teknologi Dan Informatika (TEKNOMATIKA)*, 1(1), 70–83.
- Ferdinand, A. (2003a). KEUNGGULAN DIFERENSIASI DAN KINERJA PEMASARAN.pdf. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Ferdinand, A. (2003b). *Sustainable Competitive Advantage. sebuah eksplorasi model konseptual. Research Paper Series. Seri Penelitian Manajemen*.
- Gozali, I., & Nugraha, C. A. (2015a). ANALISIS KINERJA PEMASARAN UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA CENTRA INDUSTRI PAKAIAN BATIK DI PEKALONGAN). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS 2015*, 163–175.
- Gozali, I., & Nugraha, C. A. (2015b). ANALISIS KINERJA PEMASARAN UNTUK MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA CENTRA INDUSTRI PAKAIAN BATIK DI PEKALONGAN). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 163–175.
- Gunawan, S. (2016). *ANALISIS PENERAPAN APLIKASI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PENJUALAN PADA PT DWIDAYA WORLDWIDE PALEMBANG*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG.
- Haji, S., Arifin, R., & ABS, M. K. (2017). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA CENGKEH. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 6(2), 83–95. Retrieved from <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/438>
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market orientation and organizational performance: Is innovation a missing link? *Journal of*

Marketing, 62(4), 30–45. <https://doi.org/10.2307/1252285>

Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm (studi kasus umkm di wilayah kota semarang). *Maksimum Media Akuntansi*, Vol. 1(No. 1), 1–15.

Hatani, L. (2003). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Ekspor Sumatera Barat. *Economica*, 1(1), 44–56. <https://doi.org/10.22202/economica.2012.v1.i1.104>

Ho, S. C., Kauffman, R. J., & Liang, T. P. (2007). A growth theory perspective on B2C e-commerce growth in Europe: An exploratory study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(3), 237–259. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2006.06.003>

Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2227>

Kemenkeu.go.id. (2014). Menyasar Pajak Transaksi E- commerce. Retrieved December 12, 2020, from <http://www.kemenkeu.go.id/Artikel/menyasar-pajak-transaksi-e-commerce>

Komalasari, D., & Seprina, I. (2018). Penerapan E-Commerce Pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Betrik*, 9(01), 56–62. <https://doi.org/10.36050/betrik.v9i01.31>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kusumo, A. R. W. (2006a). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA INDUSTRI BATIK SKALA BESAR DAN SEDANG DI KOTA DAN KABUPATEN PEKALONGAN) TESIS*.
- Kusumo, A. R. W. (2006b). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi*. UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG.
- Laoli, N. (2019). UMKM Indonesia yang go digital masih minim karena pendampingan kurang. Retrieved December 15, 2020, from <https://industri.kontan.co.id/news/umkm-indonesia-yang-go-digital-masih-minim-karena-pendampingan-kurang>
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA PT. BPR PRISMA DANA AMURANG. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 114–125. <https://doi.org/10.32505/v4i2.1254>
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2019). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA PT. BPR PRISMA DANA AMURANG. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 114–125. <https://doi.org/10.32505/v4i2.1254>
- Laudon, K. C., & Trave, C. G. (2010). *E-Commerce 2010, 6th Edition* (6th Editio). New York: Pearson Education, Inc.
- Laura, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 The. *Jurnal Akuntasni & Ekonomika*, 10(1).
- Lee, M., & Ie, M. (2019). Pengaruh Self Directed Learning Dan Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Ukm Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 290–296.
- LIPI. (2020). Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID19.
- Mandey, S. L., & Salindeho, A. E. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan

Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Cab.Malalayang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21334>

McLeod, R., & Schell, G. P. (2008). *Sistem informasi manajemen* (3th Editio). Jakarta: Salemba Empat.

Megawati, S. (2019). *PENGARUH PERSEPSI BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE TERHADAP BRAND AWARENESS KONSUMEN PADA PRODUK WARDAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UBHARA JAYA)*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Menon, A., Bharadwaj, S. G., Adidam, P. T., & Edison, S. W. (1999). Antecedents and consequences of marketing strategy making: A model and a test. *Journal of Marketing*, 63(2), 18–40. <https://doi.org/10.2307/1251943>

MUHAMMAD ALIF, S. O., & NURMELATI SEPTIANA, S. M. S. (2016). PENERAPAN E-COMMERCE PADA UMKM SULAM AIRGUCI DIKALIMANTAN SELATAN. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI 2016*, (November), 344–351.

Nashihah, M. (2016a). *ANALISIS PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KEMAMPUAN BERINOVASI TERHADAP KINERJA PEMASARAN DI BTN SYARI'AH SEMARANG*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SALATIGA.

Nashihah, M. (2016b). *Pengaruh Kemampuan Berinovasi terhadap Kinerja Pemasaran*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN).

Nasir, A. (2017). The Influence of Product Innovation toward Marketing Performance at Furniture Companies in Pasuruan Regency. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 20–25.

Niken, G. (2020). Daftar Marketplace Indonesia dengan Kunjungan Terbanyak 2020.

- Ningtyas, P. K., Sunarko, B., & Jaryono. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-COMMERCE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM Oleh*, 21, 95–107.
- Nurtiah. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Pemasaran. *Esensi*, 6(2), 213–226. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3775>
- Pertiwi, D. H. (2019). Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Penjualan Pada Usaha Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Bantul, 53(9), 1689–1699.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi ke E). Jakarta: Erlangga.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Prasetianingrum, S., & Sejati, F. R. (2017). Analisis Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penerapan E-Commerce Di Ukm Kota Jayapura. *Seminar Nasional APTIKOM (SEMNASTIKOM)*, 5(November), 1–6.
- Putri, V. M. (2020). 45% UMKM Beralih ke E-commerce Selama Pandemi COVID-19. Retrieved November 8, 2020, from <https://inet.detik.com/business/d-5077118/45-umkm-beralih-ke-e-commerce-selama-pandemi-covid-19>
- Rahardjo, & Adisasmita. (2005). *Dasar Dasar Ekonomi* (2th ed.). Jakarta: Graha Ilmu.
- Rozaq, M. K. (2018). *KETERKAITAN KESIAPAN TEKNOLOGI TERHADAP INTENSI ADOPSI E-COMMERCE DENGAN MEDIASI KAPABILITAS BERSAING DIGITAL*. INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA.
- 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), 1–97.

- Sarastyarini, N. M. W., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh E-Commerce dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 1880. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p09>
- Setyawati, S. M., Rosiana, M., & Shariff, M. N. M. (2017). Competitive Advantage as Mediating Variable on the Relationship Between Innovation and Business Performance on SMES in Purwokerto Province. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B), 584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Simanjuntak, E. P. (2020). Dampak Penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Provinsi DKI Jakarta, (September).
- Soegoto, E. S., Delvi, J., & Sunaryo, A. (2018). Usage of E-commerce in Increasing Company Power and Sales. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012035>
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sulistyorini, P., Royanti, N. I., & Yunianto, E. (2018). PENGARUH ADOPSI E-COMMERCE TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS PEDAGANG BATIK DI PASAR GROSIR SETONO). *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*.
- Suryabrata, D. S. (2015). *Metodologi Penelitian* (1th ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Swasta, B. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke D). Jakarta: Liberty.
- T.S, K., S.K, O., & F. F, O. (2014). Electronic Commerce and Business Performance: An Empirical Investigation of Business Organizations in Nigeria. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(8), 215–223. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i8/1090>
- THEASIAFOUNDATION. (2002). SMEs AND E-COMMERCE. *Communication*, (January).
- Tjiptono, F. (2008). *STRATEGI PEMASARAN*. Yogyakarta: Andi.
- 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>
- Triton. (2008). *Marketing Strategic : Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Tull, D. S., & Kahle, L. R. (1990). *Marketing Management*. New York: Mac Millan Publishing Company.
- Turban, E., Lee, J. K., King, D., McKay, J., & Marshall, P. (2008). Electronic Commerce: a managerial perspective. *Commerce A Managerial Perspective* (5th Ed., (July 2015), 1–53. Retrieved from http://wps.prenhall.com/bp_turban_ec_2008/79/20298/5196418.cw/index.html%5Cnhttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Building+e-commerce+applications+and+infrastructure#4%5Cnhttp://www.scientificcommons.org/58999413%5Cnhttp://hdl.hand
- Ulya, Z. (2019). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Vol. 4). <https://doi.org/10.32505/v4i2.1254>
- Usi Usmara. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amira Books.

- Venkaat, R. (2000). A Study on the Impact of Business-to-Business E-Commerce in Canada.
- Venkat, R. (2000). A Study on the Impact of Business to Business E-Commerce in Canada. Retrieved from <http://www.pmac.ca/PDF/ste%2520marys%25study.pdf>
- Wahyono, D. (2002). Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. *Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran*. <https://doi.org/10.14710/jspi.v1i1.23-40>
- Widarti, D. T. (2019). *PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi Kasus Pada Sentra Industri Pembuatan Tahu Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Universitas Negeri Semarang. <https://doi.org/10.32505/v4i2.1254>
- Yadnya, I. P., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Inovasi, Adopsi e-commerce, Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran, 229–240.
- YADNYA, I. P., & SANTIKA, I. W. (2017). Pengaruh Inovasi, Adopsi e-commerce, Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran. *FORUM KEUANGAN DAN BISNIS INDONESIA (FKBI)*, 6, 2017, 347–356.
- Yeh-Yun Lin, C., & Yi-Ching Chen, M. (2007). Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Taiwan. *Management Research News*, 30(2), 115–132. <https://doi.org/10.1108/01409170710722955>
- Yulimar, V. A., & Setiawan, A. (2006). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGADOPSIAN ELECTRONIC COMMERCE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA). *Seminar Nasional Aplikasi Sain Dan Teknologi*, (i), 118–128.
- Yulimar, V. A., & Setiawan, A. (2008). PENGADOPSIAN ELECTRONIC

COMMERCE DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Kecil dan Menengah di Indonesia)
TESIS. *Seminar Nasional Aplikasi Sain Dan Teknologi*, (i), 118–128.

Zou, L., Dai, L., & Zhang, Do. (2007). ONLINE SHOPPING ACCEPTANCE MODEL — A CRITICAL SURVEY OF CONSUMER FACTORS IN ONLINE SHOPPING. *2014 36th Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society, EMBC 2014*, 8(1), 5220–5223. <https://doi.org/10.1109/EMBC.2014.6944802>

