

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporasi (Corporate Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana.
- Herdiansyah, Haris. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan ke-2. Jakarta: Salemba Humanika.
- Macnamara, Jim & Silih Agung Wasesa. 2010. *Strategi Public Relation*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- O'Brien, James & Marakas, George M. 2011. *Management Information Systems*. Edisi 10. New York: McGraw-Hill/Irwin
- Turban, E. King, D. & Lang, J. 2010. *Introduction to Electronic Commerce*. Cetakan ke-3. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Zarella, Dan. 2011. *The Social Media Marketing Book*. Cetakan ke-1. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta

JURNAL

- Hakim, Muhammad Malik dan Mukhamad Nurkamid. 2017. *Model Adopsi UKM di Kudus Terhadap E-commerce*. Jurnal Simetris, Vol. 8 No. 1
- Hastanti, Rulia Puji, dkk. 2015. *Sistem Penjualan Berbasis Web (E-commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan*. Jurnal Bianglala Informatika Vol. 3 No. 2
- Jauhari, Jaidan. 2010. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-commerce*. Jurnal Sistem Informasi (JSI), Vol. 2, No.1

- Kosasi, Sandy. 2014. *Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Untuk Memperluas Pangsa Pasar*. Jurnal Prosiding SNATIF Ke-1 Tahun 2014.
- Lesmono, Ibnu Dwi. 2015. *Pengaruh Penggunaan E-commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*. Jurnal Evolusi Vol. III No.1
- Mardiani, Pin Endang dan Orland Jorge Imanuel. 2013. *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (E-Marketing)*. Jurnal Ekonomi, Vol. 4, No. 2.
- Prabandari, Sri Palupi dan Misbahuddin Azzuhri. 2011. *Efektivitas Penggunaan E-commerce sebagai Penunjang Aktivitas Bisnis pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Malang Raya*. Jurnal Aplikasi Manajemen
- Pradipta, Adi., Lusanjaya, Gery., & Setiawan, Amelia. 2017. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Informasi Pada Situs E-commerce Terpilih Dan Hubungannya Dengan Kepuasan Konsumen*. Vol 1 Nomor 3.
- Setiawati, Ira dan Penta Widyartati. 2017. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. Seminar Nasional dan Call for Paper 2017. Pascasarjana (S2) STIE Dharmaputra Semarang.
- Triandini, Evi dan Yohanes Priyo Atmojo. 2014. *Pengembangan Model E-commerce Untuk Peningkatan Kinerja UKM Kota Denpasar*. Jurnal Eksplora Informatika Vol. 3, No.2
- Trimarsiah, Yunita dan Muhajir Arafat. 2017. *Analisis dan Perancangan Website Sebagai Sarana Informasi pada Lembaga Bahasa Kewirausahaan dan Komputer Akmi Baturaja*. Jurnal Ilmiah Matrik
- Wandanaya, Anita B. 2012. *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. *Creative Communication and Innovative Technology Journal* Vol. 5 No.2
- Wiyani, Fitri dan Nugroho Agung Prabowo. 2013. *Peningkatan Daya Saing Bisnis "Batik Kahuripan" Melalui Sistem Penjualan Berbasis E-commerce*. Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer FTI UNSA Vol. 2 No.1

ONLINE

- Aryanto, Agus. 2015. *Perkembangan Bisnis “E-commerce” Indonesia Berkembang Pesat*.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read66485/perkembangan-bisnis-ecommerce-indonesia-berkembang-pesat.html> (diakses pada 18 Februari 2019)
- Hidayat, Anwar. 2012. *Penjelasan Lengkap Tentang Penelitian Kualitatif*.
<https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html> (diakses pada 13 Februari 2019)
- Librianty, Andina. 2014. *Blanja.com Meriahkan Persaingan e-commerce Indonesia*.
<https://www.liputan6.com/tekno/read/2144712/blanjacom-meriahkan-persaingan-e-commerce-indonesia> (diakses pada 13 Februari 2019)
- Samuel, R. 2017. *Strategi Blanja.com Mendongkrak Pasar E-commerce*.
<https://www.komite.id/2017/08/23/strategi-blanja-com-mendongkrak-pasar-e-commerce/> (diakses pada 13 Februari 2019).
- Telecommunication Update. 2017. *TelkomGroup Melalui Blanja.com Dorong UMKM dan Produk Retail BUMN Masuk Ke Dalam Ekosistem E-commerce*.
<https://swa.co.id/TelecommunicationUpdate/telecommunicationupdate/telkom-update/telkomgroup-melalui-blanja-com-dorong-umkm-dan-produk-retail-bumn-masuk-ke-dalam-ekosistem-e-commerce> (diakses pada 13 Februari 2019)
- <https://biz.kompas.com/read/2017/09/08/095925428/infografik-begini-potensi-6-juta-umkm-jika-berhasil-go-digital> diakses pada 26 Februari 2019
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> diakses pada 26 Februari 2019
- Billy, Apfia Tioconny. 2018. *Pemerintah dan Enam E-commerce ini Bekerjasama Ajak UMKM Jualan Online*.
<http://www.tribunnews.com/kilas-kementerian/2018/04/24/pemerintah-dan-enam-ecommerce-ini-bekerjasama-ajak-umkm-jualan-online> (diakses pada 15 Maret 2019)