

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, Didi, Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.15 No 3, 2000, h. 388-395.
- Achmad, Beni. 2008. *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Aco, Ambo, dan Andi Hutami, Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, *Jurnal Insypro*, Vol. 2, No.1, 2017, 1-13.
- Ardyanto, Denny, Pengaruh Kemudahan dan keterpercayaan Menggunakan ECommerceterhadap keputusan Pembelian Online, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 22 No.1, 2015,h. 1-8.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi Penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara.
- Ayu P., Ida dan Agus Suprayetno, Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan danBudayaOrganisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan sertaDampaknya pada KinerjaPerusahaan, *Jurnal Manajemen danKewirausahaan*, Vol. 10. No.2 2008, hlm. 124135.
- Azwar, Syaifuddin. 2004. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachri, Bachtiar S. Meyakinkan Validitas data Melalui Trianggulsi pada PenelitianKualitatif,Jurnal Teknologi Pendidika,Vol. 10, 2010, h. 46-62.
- Creswell, John W. 2013. *Qualitative Inquiry and Research Design*, London: Sage.
- Cristofer, Donald, dkk., Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM diIndonesia:Validasi Kuantitatif Model, *Jurnal Manajemen Teknologi*,Vol. 15 No.1, 2016, h. 7793.
- DBS Indonesia, Bentuk Layanan E-Commerce, <https://www.dbs.com/indonesiabhb/blog/livesmart/siap-ambil-bagian-dari-bisnis-ecommercekenalidulu-5-bentuknya.page>
- Fajar, Mukti. 2016. ND, *UMKM di Indonesia : Perspektif Hukum Ekonomi*,Yogyakarta:Pustaka Pelajar.

- Fasapay administrator, Jenis-Jenis E-Commerce, <https://blog.fasapay.id/jenis-enis-ecommerce/> diupdate pada 24 Januari 2018
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*,. Jakarta:Bumi Aksara.
- Gunawan, Kreatif dan Inovatif dalam Menyusun StrategiBisnishttps://elib.unikom.ac.id/files/disk1/713/jbptunikompp-gdlganigunawa-3561810-unikom_g-i.pdf.
- Haryati, Sri dan Tri Irianto, Rancang Bangun Sistem Informasi E-Comerce UntukUsahaFashion Studi Kasus Omah Mode Kudus, *Journal Speed-SentraPenelitian Engineeringdan Edukasi*, Vol. 3 No. 1, 2011.
- Hexadm, Pengerian, Kelebihan dan Kekurangan E-Commerce,<http://haxtunchamber.org/pengertian-kelebihan-dan-kekuranganecommerce/>
- Irmawati, Dewi, Pemanfaatan E-Commerce dala Dunia Bisnis, *Jurnal Ilmiah OrasiBisnis*, Vol. VI, 2011, h. 95-112.
- Iskandar, Dhanny. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui PengelolaanSumber DayaManusia dan Kepuasan Kerja dan Dampaknya terhadapProduktivitas karyawan.
- Jauhari, Jaedan. Upaya Pengembangan usaha Kecil dan menengah (UKM) denganMemanfaatkan E-commerce, *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol. 2 No.1,Hlm. 159168. Diakses melalui <http://ejournal.unsri.ac.id>.
- Julaikah, Emi. E-Commerce dalam Perspektif Islam, Karinawati, *Rukun dan SyaratTransaksiJual Beli dalam Islam*,<https://www.kompasiana.com/karinawati/5b3c9341bde57553b74a0f72/ruun-dansyarat-transaksi-jual-beli-dalam-islam?page=all> , diakses pada 03Juni 2019.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*, Erlangga.

- Lumbanraja, Prihatin. Bersama UKM Membangun Ekonomi Rakyat DanLingkungan Hidup, *Jurnal Ekonomi* Vol 14, No 2, April 2001, hlm.8788.
- Maryama, Siti. Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan daya Saing Usaha,*Jurnal Liquidity*, Vol.2, No.1, 2013. Hlm. 73-79.
- Maxadm, E-Commerce di Indonesia, [http://haxtunchamber.org/e-commerce-diindonesia/MC Leod Pearson dalam Ambo Aco dan AndiHutami, Analisis Bisnis E-Commercepada Mahasiswa Universitas IslamNegeri Alauddin Makassar](http://haxtunchamber.org/e-commerce-diindonesia/MC-Leod-Pearson-dalam-Ambo-Aco-dan-Andi-Hutami-Analisis-Bisnis-E-Commerce-pada-Mahasiswa-Universitas-Islam-Negeri-Alauddin-Makassar), *Jurnal Insypro*, Vol. 2,No.1, 2017, 1-13.
- Miftah, shobur, dkk., Implementasi E_Commerce sebagai Media PenjualanOnline, *JurnalAdministrasi Bisnis*, Vol. 29, No. 1, hlm. 1-9.
- Muid, Abdul. *Hukum Jual Beli Online*, <https://bincangsyariah.com/kalam/hukumjual-belionline/>
- Mutia, Reisita. Internet yang membangun Dunia E-Commerce,<http://www.unpas.ac.id/internet-yang-membangun-dunia-e-commerce-2/>
- Nasir, Moh. 1988. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nugroho B.S dan Wahyu Istuningsih, Perencanaan Strategi E-Commerce BerbasisWebsiteuntuk Meningkatkan Penjualan, *Jurnal Ekonomi Bisnis danKewirausahaan*, Vol. VII,2018. H.77-90.
- Nurdiani, Nina. Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan, *CornTech*, Vol. 5 No. 2, 2014, h. 1110-1118.
- Nursani, dkk., Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, KualitasPelayanan, danPersepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pebelianpada Konsumen E-Commercemelalui Shopee, *Jurnal Ilmiah RisetManajemen*, Vol 1 No 15, h. 1-15.
- Parasuraman, et.al. Service Industries: A Conceptual Model and ResearchPropositions,*Journal of Marketing*, Vol.57, Oktober, hlm. 83-84, diaksespada 03 Juli 2019,<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php>

- Porter, Michael E. 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press.
- Prastowo, Andi. 2010. *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: DIVA Press.
- Prihartana, Widayat. Teori-Teori Motivasi, *Jurnal Adabiya*, Vol. 1, No. 83, 2015, h. 1-11.
- Pujihastuti, Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian, *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, Vol.2 No.1, 2010.
- Rahmidani, Rose, Penggunaan E-Commerce dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan, *Proceedings Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 2015, h. 1-9.
- Retzen, Fadel dan Nurdin, Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce pada Tokopedia.Com, *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, Vol. 1 No. 2, 2015, h. 20-29.
- S. Haryati, Tri Irianto, “Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus”, *Jurnal Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, Vol.3 No.1 8-14, diakses pada 18 Juli 2019, <https://ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/889>
- Saraswati, Pradhita dan Zaki Baridwan, Penerimaan Sistem E-commerce: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol. 2 No. 1, 2012, h. 1-19.
- Siagian, 2002 dalam Ida Ayu P. dan Agus Suprayetno, Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 10. No.2 2008, hlm. 124-135.
- Sidartha, Iwann, Boy Suzanto, “Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan

- Konsumen terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-Commerce”, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol. 9, No.1 23-36, diakses pada 18 Juli 2019, jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, hlm. 91.
- Syukriah, Ana dan Imam Hamdani, “Peningkatan Eksistensi UMKM Melalui Comparative Advantage dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 Di Temanggung”, dalam *Jurnal Economics Development Analysis Journal*, Edaj 2 (2), 2013.
- T.H. Tambunan, Thulus. 2009. *UMKM Di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjipto, Fandi, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Publisher, h.40.
- Wardana, Aditia. Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia, *Forum Keuangan dan Bisnis IV*, 2015, hlm. 327-349, fkb.akuntansi.upi.edu/prosiding.
- Windarsi, Dian, “Teknologi E-Commerce dalam proses Bisnis”, *Jurnal Triguna Dharma*, 2009, Vol.7 No.2 <http://lppm.trigunadharma.ac.id/public/fileJurnal/EB601-OKJurnal12DW-EComm.pdf>.
- Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Quran dan Lajnah Pentashih Mushaf Al-Quran, *Al Quran Al-Kamil*, Cetakan ke-13, Jakarta Timur: Darus Sunnah.