

DAFTAR PUSTAKA

- Artaya, I Putu dan Baktiono, Agus. (2016). "Memilih Media Sosial sebagai Bisnis Online Melalui Pendekatan Categorical". *Jurnal Manajemen Kinerja* Volume 2 Nomor 2. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/202>
- Fajriyah, Lailatul & Kartini, T. (2011). *Strategi Pengembangan Usaha pada CV Wiramitra Kabupaten Sidoarjo*. 49–60. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/download/3414/2680/>.
- Griffin, Ricki W dan Ronal J Ebert. 2013. *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Indriyani, F. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Simposium Nasional Akuntansi X*, 5(1), 1–25. <http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrm/article/view/285>
- Isoni et all. 2019. "Analisis, Perancangan & Implementasi Aplikasi E-Commerce Berbasis WebDi Toko Abon Rojokoyo Jitu". *Jurnal* Vol.3, No.1, Mei 2019, hlm. 64 – 75. <https://uby.ac.id/ejournal/index.php/jitu/article/download/75/19>.
- Nanda, Adi Prasetya dan Maharani, Anggi. 2018. Aplikasi Electronic Commerce Sebagai Media Penjualan Produk Makanan Ringan Business Development Center Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Tam (Technology Acceptance Model)* Volume 9, Nomor 2, Desember 2018 Hal. 127-133. <Http://Ojs.Stmikpringsewu.Ac.Id/Index.Php/Jurnaltam/Article/Download/682/606>.
- Nisrina. 2015. *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Nuryanti. (2013). Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm). *Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)*, 21(23–6), 1–15. <https://www.neliti.com/publications/8712/peran-e-commerce-untuk-meningkatkan-daya-saing-usaha-kecil-dan-menengah-ukm>.
- Robbins, Stephen dan Timothy A Judge. 2011. *Perilaku Organisasi*. New Jersey: Pearson Education.
- Saputra, Ahmad Dan Wongsosudono, Corinna. 2017. Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal* Volume 27 No.1 Januari 2017. <https://osf.io/27frd/download/?format=pdf>.
- Sari, Novita dan Saputra, Muhammad dan Husein, Jamaluddin. 2017. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak com". *Jurnal Manajemen Magister, Vol. 03. No.01, Januari 2017*. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/968>.

- Shabur, M. M., Heru, S., & Riyadi. (2015). Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 1–9. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1165/1452>.
- Sugeng. 2018. E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran <http://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jsi/article/view/81/79>.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sulianta, Ferry. 2015. *Langkah Jitu Jualan Online*. Bandung: Publika Edu Media
- Yuliana, O. (2000). Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52. <http://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/15666/15658>

