

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsyar, T. K., Syaifullah, & Ardiansyah. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 43-54.
- Aisyah, F. R., & Diana, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang). *E-JRA*, 57-68.
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *SEBATIK*, 234-240.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 317-325.
- Antara. (2021). *Kementerian Perdagangan: 4 Juta UMKM Bergabung di Perdagangan Elektronik*. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/read/1505568/kementerian-perdagangan-4-juta-umkm-bergabung-di-perdagangan-elektronik>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved from [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023).

- Auliandari, T., Suriyanti, L. H., & Azmi, Z. (2022). Determinan Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Fashion di Pekanbaru). *Accountis Journal*, 153-170.
- Ausat, A. M., & Peirisal, T. (2021). Determinantsof E-commerce Adoption onBusiness Performance: A Study of MSMEs in Malang City, Indonesia. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 104-114.
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Prosiding*, 29-38.
- Boabeng, F. O., & Li, C. (2018). Entrepreneurial Innovation and Risk Taking On Firm Performance: Empirical Evidence from Entrepreneurial Enterprises in Ghana. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)* , 65-77.
- Daon. (2019). *Kemkominfo : Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategis management A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. New York: Pearson.
- Farahan, M. (2018). Impact Customer Satisfaction Towards Quality Service for Delivery Process at Railway Station in Malaysia. *Journal of Marketing and Information System (JMIS)*, 15-20.
- Fitraharizki, & Rahayu, R. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce pada UMKM di Kota Padang. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 807-813.
- Fonseka, K., Jaharadak, A. A., & Raman, M. (2022). Impact of E-commerce adoption on business performance of SMEs in Sri Lanka; moderating role of artificial intelligence. *International Journal of Social Economics*.

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris, (3 Ed)*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 2-24.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM di Wilayah Kota Semarang). *MAKSIMUM*, 1-15.
- Harfie, A. P., & Lastiati, A. (2022). Adopsi Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 21-40.
- Harmayani, Marpaung, D., Mulyani, A. H., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hatammimi, J., & Pradana, S. (2022). Examining The Product Innovation During Covid-19 Pandemic on Purchase Decision: A Study on Culinary Business in Indonesia. *Proceedings of the 5 th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2559-2570.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert. *Metodologi Penelitian*.
- Indrajaya, D., Ramadhan, D., & Hakim, L. (2019). The Influence of Profitability and Solvency Ratios on Stock Prices with Inflation as Moderating Variable (Case Study on BUMN). *IJTB International Journal of Technology And Business*, 73-86.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Adiatama.
- Iskamto, D., Murti, G. T., & Indrajaya, D. (2024). The Influence of the Entrepreneurial Environment and Government Support on the Performance

of MSMEs in Bandung. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, 12-22.

Karyati, I. P. (2019). *E-Commerce untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Retrieved from <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>

Keumala, E., Zakiah, & Safrida. (2023). Identifikasi Adopsi E-Commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 62-72.

Nurlinda, Napitupulu, H. I., Wardayani, Azlina, Andina, A., Ulfah, A. K., & Supriyanto. (2019). Can E-Commerce Adoption Improve SME's Performance? (Case Studies on Micro, Small and Medium Enterprises with Gojek Services in Indonesia). *WMA*.

Pangesti, S. D., & Adyaksana, R. I. (2021). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Journal Of Business and Information Systems*, 97-107.

Pekanbaru, P. K. (2020). *Lambang Kota Pekanbaru*. Retrieved from Pekanbaru.go.id: <https://www.pekanbaru.go.id/p/menu/profil-kota/lambang-kota-pekanbaru>

Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simartmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Manullang, S. O. (2021). *Konsep dasar E-commerce*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Putri, M. K., & Azizah, N. S. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Internasionalisasi dengan Moderasi Kemitraan pada UMKM Kategori Siap Ekspor Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 802-816.

- Rahad, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Penerbit Lentara Madani.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis (7th Ed)*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business; A Skill-Building Approach*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- Setiyani, L., & Rostiani, Y. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption by SMEs Using the Technology - Organization - Environment (TOE) Model: A Case Study in Karawang, Indonesia. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 1113-1132.
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil Untuk Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Afitama.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen : Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2023). *Metode Penelitian Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Trislianto, D. A. (2022). *Metodologi Penelitian : Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah (Giovanni, Ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Wahid, R. A., & Zulkifli, N. A. (2021). Factors Affecting the Adoption of Digital Transformation among SME's in Malaysia. *Journal of Information Technology Management*, 126-140.
- Winarno, A., Prasetyo, A. P., Dudija, N., Pratami, C. N., & Liu, R. (2021). The impact of perceived organizational support on knowledge sharing: A meditation analysis through an SEM approach. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 570-584.

Wulandari, R., & Koe, W. L. (2022). The Effect Of E-Commerce Adoption On The Performance Of Micro, Small, and Medium Enterprises MSMEs. *The Seybold Report*, 729-741.