

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 :Update PLS Regresi. In *Semarang* (8th ed.). Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Izati, I. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal. *Politeknik Harapan Bersama Tegal*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia. ANAK HEBAT INDONESIA.
- Kotler, P. & K. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kuswiratmo, B. A. (2016). Memulai Usaha Itu Gampang! In *Visimedia* (p. 163).
- Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*, (Bandung; alfabeta, 2009), 4.
- Mursid. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nopiyanti, S. (2022). Pengaruh Modal dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Pedagang Sembako di Pasar Parungkuda Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(2), 235-242.
- Polandos, P., Engka, D., & Tolosang, K. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(4), 36-47.
- Rerung, R. R (2018). *E-commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi - Google Books*. Yohyakarta : Deepublish, 2018, Rintho Rante Rerung 2018, Deepublish Punlisher.
- Riyanto, setyo et al. (2017). The Impact of Working Motivation and Working Environment on Employees Performance in Indonesia Stock Exchange. *International Review of Management and Marketing*.
- Rosyidi, S. (2003). *Pengantar Teori EKonomi*. Grafindo Persada.

- Stanton, W. J. . Y. L. (1993). *Prinsip pemasaran*. Airlangga.
- Suaryadi Purwanto dkk. (2007). *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Salemba empat.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.  
In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press Yogyakarta.
- Segati Ahda, "Pengaruh Perspsi Halal, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan," *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol.3, no.2 (2018).
- Swastha B., Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Liberty, 1998.
- Tabanan, D. I. K., & Artini, N. I. R. A. I. (2019). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM*. 13, 71-77
- Tambunan, T. T. . (2009). *Umkm Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, H. (2008). Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua. *Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada*.
- Undang-Undang Nomor Tahun 2008 Tentang Umkm, Bab Iv Pasal 6*. (N.D.).
- Yafiz, M., Arif, M., & Naser Daulay, A. (2016). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU
- Yusuf, M. (2022). *Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Kecamatan Bekasi Utara*. 05(01), 1-30.

