

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. 2008. Validitas dan reliabilitas dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. 12(2): 137-141.
- Akther, T., dan Nur, T. 2022. A model of factors influencing COVID-19 vaccine acceptance: A synthesis of the theory of reasoned action, conspiracy theory belief, awareness, perceived usefulness, and perceived ease of use. *PLoS One*. 17(1). e0261869.
- Ashari, R.G. 2018. Memahami hambatan dan cara lansia mempelajari media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 15(2): 155-170.
- Astami, W. S. 2013. Analisis pengukuran kinerja pemasaran melalui financial metrics. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*. 4(1): 1-14.
- Atmojo, T. Y. 2014. Meningkatkan Volume Penjualan Tinta Merk K-INK Melalui Metode *Direct Selling* di Daerah Wonogiri Tahun 2013. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Publikasi Ilmiah.
- Ayu, S., dan Lahmi, A. 2020. Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Tahun 2021. <<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/15/1846/indeks-pembangunan-manusia--ipm--indonesia-tahun-2021-mencapai-72-29--meningkat-0-35-poin--0-49-persen--dibandingkan-capaian-tahun-sebelumnya--71-94-.html>>. Diakses 26 Februari 2022.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Produksi Telur Ayam Petelur menurut Provinsi (Ton), 2020-2022. <<https://www.bps.go.id/indicator/24/491/1/produksi-telur-ayam-petelur-menurut-provinsi.html>>. Diakses 8 Oktober 2023.
- Bangkara, R. P., dan Mimba, N. P. S. H. 2016. Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use pada minat penggunaan internet banking dengan attitude toward using sebagai variabel intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 16(3): 2408-2434.
- Bank Indonesia. 2022. Go Digital Strategi Memperkuat UMKM. <<https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Go-Digital-Strategi-Memperkuat-UMKM.aspx>>. Diakses 20 Oktober 2022.
- Chandra, S. J. dan Santoso, T. 2022. Pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *purchase intention* masyarakat dalam membeli produk kecantikan melalui *behavioral intention to use* pada aplikasi *socobysociolla*. *AGORA*, 10(2).

- Chang, H. H., Lee, Y., dan Chen, C. H. 2020. Investigating the factors affecting consumers' continuance intention to use mobile commerce apps. *Information Systems and e-Business Management*, 18(3): 553-577.
- Chen, Y., dan Shen, S. 2020. Investigating consumers' continuance intention to use *online* group buying platforms: a dual-process perspective. *Internet Research*, 30(6): 1946-1969.
- Darma, B. 2021. Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>). Guepedia, Bogor
- Davis, F. D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3): 319-340.
- Duffy, D. L. (2005). Direct selling as the next channel. *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), 43-45.
- Evans, D. dan McKee, J. 2010. *Social Media Marketing*. Wiley Publishing, Indiana.
- Firona, W., dan Iskandar, D. A. 2018. Pengaruh direct selling dan media sosial melalui facebook terhadap minat beli konsumen pada rokok sin herbal. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3, 213-222.
- Gefen, D., Karahanna, E., dan Straub, D. W. 2003. Trust and TAM in *online* shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1): 51-90
- Ghodang, H. 2020. *Path Analysis (Analisis Jalur)*. Penerbit Mitra Grup, Medan.
- Ghozali, I., dan Latam, H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gumilang, G. S. 2016. Metode penelitian kualitatif dalam bidang bimbingan dan konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2): 144-159.
- Hadi, S. 2017. Pemeriksaan keabsahan data penelitian kualitatif pada skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1).
- Hakim, A. R. 2017. *Pemanfaatan dan Peran Media Sosial sebagai Media Pemasaran Online oleh UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Hasan, I. 2004. *Analisa Data Penelitian dengan Statistik*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Hayes, A. 20222. *Social Media Marketing (SMM): What It Is, How It Works, Pros and Cons*. <<https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp>>. Diakses 20 Oktober 2022.

- Huang, L., Liao, C., dan Chuang, S. 2019. Understanding the role of perceived usefulness and perceived ease of use in mobile shopping adoption: a multi-group analysis of age differences. *Information Technology & People*, 32(1): 172-196.
- Irvania, V. A., Udayana, I. B. N., Fadhilah, M. 2022. Pengaruh *perceived usefulness*, *trust* dan *perceived risk* terhadap *purchase intention* pengguna shopee. *Jurnal Armenika*, 19(1): 622-530.
- Kim, S. H., Shin, S., dan Lee, H. G. 2022. Exploring antecedents and consequences of the intention to use qr code payment: a mixed-methods approach. *Computers in Human Behavior*, 127.
- Laming, S. 2020. Tren e-commerce pada era pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Humano*, 11(2), 55–63.
- Limaseto, H. 2022. Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. <<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>>. Diakses 12 Oktober 2022.
- Limaseto, H. 2022. UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. <<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>>. Diakses 12 Oktober 2022
- Loekanto, A. 2012. Implementasi technology acceptance model (TAM) dalam *online shopping*. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(3).
- Luarn, P., dan Lin, H. H. 2020. Predicting the intention to use mobile health services: a holistic perspective. *International Journal of Information Management*, 50: 439-450.
- Meiryani. 2021. Memahami Uji T dalam Regresi Linear. <<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>>. Diakses 12 Februari 2023.
- Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Deepublish, Sleman.
- Mirayani, L. 2019. Analisis penerapan strategi direct selling dan dampaknya terhadap volume penjualan pada PT. Karya Pak Oles Tokcer Di Desa Bengkel tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1): 126.
- Mulachela, H. 2021. UMKM adalah. <<https://katadata.co.id/sortatobing/finansial/6125bb463f83b/umkm-adalah-ciri-peran-dan-faktor-perkembangannya>>. Diakses 20 September 2022.
- Muliadi, M. L., dan Japariato, E. 2021. Analisa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavior intention* melalui *perceived usefulness* sebagai media intervening pada digital payment OVO. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 15(1): 20-27.

- Nasution, L. M. 2017. Statistik deskriptif. Hikmah, 14(1): 49-55.
- Noviatun, I., dan Riptiono, S. 2021. Menguji intention to use e-wallet OVO menggunakan modifikasi technology acceptance model (TAM) di Kebumen. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA). 3(1): 193-201.
- Pambudi, A. R. 2019. Analisa perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap behavior intention pada aplikasi digital payment OVO. Jurnal Strategi Pemasaran. 6(2): 10.
- Peterson, R. A., Crittenden, V. L., dan Albaum, G. 2019. On the economic and social benefits of direct selling. *Business Horizons*, 62(3), 373–382.
- Prayogo, D., dan Sukim, S. 2021. Determinan daya beli masyarakat Indonesia selama pandemi Covid-19 tahun 2020. Seminar Nasional Official Statistics, 2021(1),
- Pu, X., Sun, S., dan Shao, J. 2020. Direct selling, reselling, or agency selling? manufacturer's *online* distribution strategies and their impact. *International Journal of Electronic Commerce*, 24(2), 232–254.
- Rijali, A. 2019. Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95
- Ryan, D. 2017. Digital Marketing for Dummies. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Saleh, M. Y. dan Said, M. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. SAH Media, Makassar.
- Saravanakumar, M., & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life science journal*, 9(4), 4444-4451.
- Satu Data Pertanian. 2022. Outlook Komoditas Peternakan Telur Ayam Ras Petelur Tahun 2022. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian , Jakarta.
- Shinta, A. 2011. Manajemen Pemasaran. UB Press, Malang.
- Simamora, B. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama,
- Simanjuntak, M., dan Sukresna, I. M. 2020. Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital melalui Technology Acceptance Model. Prosiding pada “Industrial Research Workshop and National Seminar”, Bandung, 26-27 Agustus 2020.
- Sinaga, O. S., Marpaung, F. K., Dewi, R. S., dan Sudirman, A. 2021. Kontribusi perceived usefulness, perceived ease of use dan perceived security terhadap behavioral intention to use aplikasi JAKET. *Insight Management Journal*. 1(3): 86-94.
- Smith, PR. Dan Chaffey, D. 2017. Digital Marketing Excellence. Routledge, New York.

- Sukorejo Semarang Kota. 2022. Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM. <<https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>>. Diakses 22 September 2022.
- Sulistiyanto, F., dan Oktaviani, F. 2020. Implementasi direct selling pada PT. Melia Sehat Sejahtera. *Mediakom*, 4(1): 25–42.
- Supardi, S., Yusril, M., Zamri, A. T., dan Ak, U. A. 2021. Analisis bauran promosi dan pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Kampar. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 15(1), 107-113.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., dan Xu, X. 2012. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1): 157-178.
- Warnadi dan Triyono, A. 2019. Manajemen Pemasaran. Penerbit Deepublish, Sleman.
- Wu, C. S., Yeh, Y. S., & Hsiao, C. H. 2021. Understanding the determinants of continued mobile shopping behavior: an integrative approach of tam and value theory. *Information Systems and e-Business Management*, 19(2): 441-463.
- Yusup, F. 2018. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 7(1).