

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan Jogiyanto, H. M., 2009. Konsep Dan Aplikasi PLS (*Partial Least Square*) Untuk Penelitian Empiris. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Anonim. 2013. Pemerintah Kabupaten Bantul Kecamatan Sewon. sewon.bantulkab.go.id/. Diakses pada 3 Januari 2018.
- Anonim. 2015. Kementrian Koperasi, Kecil dan Menengah. www.depkop.go.id/. Diakses tanggal 10 Oktober 2017.
- Anonim. 2016^a. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://www.apjii.or.id/>. Diakses pada 11 Oktober 2017.
- Anomin. 2016^b. Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY. disperindag.jogjaprovo.go.id/v4/utama.php. Diakses tanggal 10 Oktober 2017.
- Anonim. 2017. Fb dan instagram sebagai sarana promosi untuk berbisnis menguntungkan dan banyak diminati. <https://klikpromosi.com/fb-instagram-sebagai-sarana-promosi-untuk-berbisnis-yang-menguntungkan/>. Diakses tanggal 13 juli 2018.
- Chau,P,Y,K. dan P,J, Hu. 2002. Investigating healthcare professionals decisions to accept telemedicine technology: An empirical test of competing theories. *Journal Information & Management*. Vol. 39 : 297-311.
- Chin, W.W. 1995. Partial Least Squareis to LISREL as Principal Componwnta Analysis is to cammon Factor Analysis. *Technology Studies*. Vol 2 : 315-319.
- Davis,F,D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.
- Davis, F.D dan V., Venkatesh. 1996. A model of antecedents of perceived ease of use: development and test. *Decision Sciences*. Vol 3 (27) : 451-481.
- Efendi, M.M dan J.D.T. Purnomo. 2012. Analisis konfirmatori untuk mengetahui kesadaran berlalu lintas pengendara sepeda motor di Surabaya Timur. *Jurnal Sains dan Seni*. Vol.1(1) : 32-36.
- Fajrin, S, R. 2015. Evaluasi program kredit dana bergulir tahun 2013 pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Sudrakarta. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

- Ferdinand, A. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gahtani,S.S., G.S.Hubona., dan J. Wang. 2007. Information Technology (IT) in Saudi Arabia: Culture and Acceptance and Use of IT. Information & Management Vol.44 : 681-691.
- Ghozali, I. 2003. Statistik Non-Parametrik, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Herlina, O. 2013. Komunikasi pemasaran pariwisata DIY melalui pemanfaatan e-tourism oleh swasta dan pemerintah. S2 Ilmu politik / Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Jahangir, N dan N, Begum. 2008. The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. Africen Journal of Business Management . Vol.1(2) : 32-40.
- Jogiyanto, H. 2008. Metodologi Penelitian Bisnis. BPFE. Yogyakarta
- Juandi, A . 2017. Industri Kecil Bantul Serap 95.164 Tenaga Kerja. <https://elshinta.com/news/95132/2017/01/17/industri-kecil-bantul-serap-95164-tenaga-kerja>. Diakses pada 23 September 2018
- Kurniawan, D. 2008. Regresi Linier. http://www.academia.edu/6771017/linier_regression. Diakss pada 14 Juni 2018.
- Kotler, P dan K, L. Keller. 2016. Marketing Management 16 edition. Pearson New Jersey.
- Kotler, P dan Armstrong. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong. 2007. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks. Jakarta
- Liliweri, A. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Kencana. Jakarta
- Marianus, S. 2015. Hubungan dimensi-dimensi keamanan persepsian, kemudahan, penggunaan persepsian dan kegunaan persepsian terhadap minat pengguna situs web pada perdangan elektronik business-to-consumer(B-2-C). Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Meiningsih, S. 2011. Kajian Indikator TIK Indonesia: Pola Akses dan Penggunaan TIK Oleh Rumah Tangga dan Individu. Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika. <http://publikasi.kominfo.go.id/bitstream/handle/54323613/837/Jurnal%20PPIVolume1-2011.pdf?sequence=1>. Diakses pada tanggal 9 November 2017.

- Morrison. 2007. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Ramdina Perkasa. Jakarta.
- Paramitha, C, P, R. 2011. Analisis aktor pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian pelanggan dalam bidang kuliner. Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Pertiwi, W, K. 2018. Riset ungkap pola pemakaian medsos orang Indonesia. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>. Diakses 13 Juli 2018.
- Poetry, A, R. 2010. Adopsi E-Commerce dengan Pendekatan Teknologi Acceptane Model (TAM) bagi UKM. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarata.
- Priambodo, S. 2015. Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Puntoadi, D. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. PT Elex Komputindo. Jakarta
- Puspita, M, C. 2016. Pengujian *technology acceptance model* terhadap sikap adopsi *internet banking* di Universitas Lampung. Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung. Bandar lampung.
- Rangkuti, F. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Republik Indonesia. Undang-Undang No.20 Tahun2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta.
- Rusman, K., D, M, D, Warouw., dan Y, Pasoreh. 2015. Peranan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan produk PT. Pokphan Luwuk Sulawesi Tengah. Acta Diurna Journal. Vol. 5 (5) :77-84.
- Sekaran, U. 2006. Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4. Karya Salemba Empat. Jakarta.
- Setiadi, N, J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran. Predana Media Group. Jakarta.
- Siswanto, T. 2013. Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. Journal Liquidity. Vol.2 (1) : 66-71.
- Solis, B., dan D, Breakenridge. 2009. Putting the public back in public relations: How social media is reinventing the aging business of PR. NJ: FT Press/Pearson Education. Upper Saddle River.

- Sugioyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Surachman, A. 2008. Analisis Penerimaan Sistem Informasi Perpustakaan (Sipus) Terpadu Versi 3 Di Lingkungan UGM. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Suyanto, B dan Sutinah. 2005. Metode Penelitian Sosial. Edisi 1. Cetakan 2. Kencana Prenata Media Group. Jakarta.
- Swastha, B dan Irawan. 2000. Manajemen Pemasaran Modern Edisi 2. Liberty. Yogyakarta.
- Tambunan, K. 2012. Analisis citra merek persepsi kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian bandeng presto. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Tenenhaus, A., A., Giron, G., Saporta dan B., Fertil. 2005, Kernel logistic PLS : A New Tool for Complex Classification, 11th International Symposium on Applied Stochastic Models and Data Analysis, Brest, France.
- Tirtana, I., dan S.,P. Sari. 2014. Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Jurnal Akuntansi. Vol. 2 (6)97-105.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta.
- Vankatesh, V., dan F,D. Davis. 2000. A Theoretical Extension of The Thecnologi Acceptance Model = Four Longitudinal fields Studies. Management Science. Vol. 46(2): 186-204.
- Venkatesh, V., dan Moris. 2000. Why don't men ever stop to ask for dirrections? gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior. Mis Quarterly, 24. Vol.1 :115-139.
- Wenats, E ,K. 2012. Success Story Intergrated Marketing Communication. Gramedia Pustaka Utama.Jakarta.
- Wijaya, T. 2010. Analisis Multivariat. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.