

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. H. (2014). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBMA)*, 114-124.
- Afriyadi, A. D. (2014, Juli 17). *Ekonomi: Kadin Gandeng Kemendang Perluas Akses UKM ke Pasar Global*. [ONLINE] Tersedia di Liputan 6: <http://bisnis.liputan6.com/read/2079402/kadin-gandeng-kemendang-perluas-akses-ukm-ke-pasar-global>
- Alwahaishi, S., & Snasel, V. (2013). Consumer's Acceptance and Use of Information and Communications Technology: A UTAUT and Flow Based Theoretical Model. *Journal of Technology Management & Innovation*, 61-73.
- anonim. (2013, Juni 27). *Retail & Ecommerce: B2C Ecommerce Climbs Worldwide, as Emerging Market Drive Sales Higer*. [ONLINE] Tersedia di eMarketer: <http://www.emarketer.com/Article/B2C-Ecommerce-Climbs-Worldwide-Emerging-Markets-Drive-Sales-Higher/1010004>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Basuki, Y. I. (2015, April 01). *Berita Kementrian: Buku Saku Data dan Tren TIK*. [ONLINE] Tersedia di Kementrian Komunikasi dan Informatika: http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4634/Buku+Saku+Data+dan+Tren+TIK/0/berita_satker#.VbX1qLOqqko
- Bint005. (2015, Maret 7). *Berita Kementria: Menkominfo: Pemerintah Terus Genjot Pengguna e-Commerce*. [ONLINE] Tersedia di Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia: http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4546/Menkominfo--Pemerintah-Terus-Genjot-Pengguna-e-Commerce/0/berita_satker#.VbPoi7Oqqkp
- Chirtianingrum. (2013). *Analisis Nilai Pengalaman Berbelanja Online Melalui Experimental Marketing (Survei pada Pembeli di Situs Tokobagus.com dan Tokopedia.com)*. Bandung: UPI Digital Library.
- Deny, S. (2014, Oktober 02). *Ekonomi: UKM 99% Masih Dominasi Perusahaan di Indonesia*. [ONLINE] Tersedia di Liputan 6:

<http://bisnis.liputan6.com/read/2113181/ukm-99-masih-dominasi-perusahaan-di-indonesia>

- Elvandari, S. D. (2011). Penerimaan Sistem Online Shopping berdasarkan Unified Theory of Acceptance and Usage of Technology. *INTEGRA*, 72-91.
- Escobar-Rodriguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2013). Online Drive of Consumer Purcahse of Website Airline Tickets. *Journal of Air Transport Management*, 32, 58-64. doi:10.1016/j.jairtraman.2013.06.018
- Gatautis, R., & Medziausiene, A. (2014). Factor Affecting Social Commerce Acceptance in Lithuania. *Contemporary Issues in Business, Management and Education 2013* (hal. 1235-1242). Elsevier Ltd.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling, Model Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Gunda, S. K. (2014). *Evaluating The Acceptance of Internet Banking as Perceived by Indian SMEs: A Quantitave Study Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. India: PRoQuest LLC.
- Hair, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Strucural Equation Modeling (PLS-SEM)* (1 ed.). SAGE Publisher, Inc.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Soeaidy, S. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). 88-96.
- Harsono, L. D., & Suryana, L. A. (2014). Factor Affecting The Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. *Proceedings of the First Asia Pasific Conference on Global Business, Economic, Finance and Social Sciences (API 4SINGAPORE Conference)*. Singapore: Global Biz Research.
- Hermansah. (2015, Juni 12). *Periskop: Era Jual-Beli Online Aman*. [ONLINE] Tersedia di Koran Sindo: <http://www.koran-sindo.com/read/1022884/162/era-jual-beli-online-aman-1436672498>
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kemkominfo. (2015, April 01). *Buku Saku Data dan Tren TIK 2014*. [ONLINE] Tersedia di Slide Share: <http://www.slideshare.net/kemkominfo/buku-saku-data-dan-tren-tik->

2014?ref=http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4634/Buku+Saku+Data+dan+Tren+TIK/0/berita_satker

- Kemp, S. (2015, Januari 21). *News: Digital, Social & Mobile Worldwide in 2015*. [ONLINE] Tersedia di We Are Social: <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>
- Khalidi, F. (2015, Januari 23). *BMI Prediksi Belanja Online Tumbuh 57% Tahun 2015*. [ONLINE] Tersedia di SWA: <http://swa.co.id/business-research/bmi-research-pasar-belanja-online-di-tahun-2015-semakin-menarik>
- Khirstianto, W. (2012). *Penggunaan Teknologi Informasi di Usaha Kecil dan Menengah*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2013). *Ecommerce 2014: Business, Technology, Society*. New Jersey: Pearson.
- Lukman, E. (2014, Desember 26). *8 Marketplace Terbaik di Indonesia Untuk Membantu Anda Berjualan Online*. . [ONLINE] Tersedia di Tech In Asia: <https://id.techinasia.com/marketplace-online-terbesar-indonesia-belanja/>
- Mandilas, A., Karasavoglou, A., Nikolaidis, A., & Tsourgiannis, L. (2013). Predicting Consumer's Perception in On-Line Shopping. *66th International Conference on Information and Communication Technology in Agriculture, Food and Environment (HAICTA 2013)* (hal. 435-444). Elsevier Ltd.
- Movahedi, B., Lavassani, K. M., & Kumar, V. (2012). E-Marketplace Emergence: Evolution, Development and Classification. *Jurnal Of Electronic Commerce in Organization*, 10(1), 14-32. doi:10.41/jeco.2012010102
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS)*. Bandung: Pusaka Setia.
- Ochala, P. B. (2013). *E-Commerce Adoption Among Micro, Small, and Medium Sector in Nairobi, Kenya*. Nairobi.
- Oktavianingrum, Minarsih, M. M., & Warso, M. M. (2015). Effect of Risk Perception, Trust, and Psychology of Youth Cloting Online Purchase Decision Among University Student Pandanaran Semarang. 1-13.
- Oswari, T., Suhendra, E., & Harmoni, A. (2008). Model Perilaku Penerimaan Teknologi Informasi: Pengaruh Variabel Prediktor, Moderating Effect, dampak Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Produktivitas dan Kinerja Usaha Kecil. *Proceeding, Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008)*. Depok.

- Perusahaan Indonesia, Situs Web: Tokopedia*. (2015, Juni 16). [ONLINE] Tersedia di id Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>
- Prasetyana, B., & Miftahuljannah, L. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Prastika, N. E., & Purnomo, D. E. (2014). Pengaruh Sistem Informasi terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekalongan. *Jurnal LITBANG Kota Pekalongan*, 74-102.
- Putra, G. (2013). *Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) terhadap Niat Prospective User untuk Mengadopsi Home Digital Service PT. Telkom Surabaya*. Bandung: Telkom University Digital Library.
- Roosdhani, M. R., Wibowo, P. A., & Widiastuti, A. (2012). Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pada Usaha Kecil Menengah di Kab. Jepara. 89-104.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sarwono, J., & Martadiredja, T. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sekaran, U. (2011). *Research Method for Business* (Vol. 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methodology for Business* (Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Supriyati, E., & Iqbal, M. (2013). Faktor Adopsi Internet Marketing untuk Usaha Mikro dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus dengan SEM (Structural Equation Model) dan Framework COBIT 4.1. *Jurnal SIMETRIS*, 1-6.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tokopedia. (2015). *About Us*. [ONLINE] Tersedia di Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/about>

- Tokopedia. (2015). *Brand Asset*. [ONLINE] Tersedia di Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/brand-asset>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis edisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012, Maret). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Tehcnology. *MIS Quarterly*, 157-178.
- Wiguna, D. (2015, Mei 9). *Teknologi, Internet: Google Edukasi Pelaku UMKM Manfaatkan Teknologi internet*. [ONLINE] Tersedia di Antara News: <http://www.antaranews.com/berita/495230/google-edukasi-pelaku-umkm-manfaatkan-teknologi-internet>
- Wijaya, K. K. (2014, September 16). *Survei Website e-commerce Paling Populer di Indonesia*. [ONLINE] Tersedia di Tech in Asia: <https://id.techinasia.com/survei-website-ecommerce-populer-indonesia/>
- Yuliani, G., Saedudin, R., & Witarsyah, D. (2014). *Analisis Penerimaan Masyarkat Terhadap Layanan e-Goverment Kabupaten Bandung menggunakan Model UTAUT dengan metode SEM*. Bandung: Telkom University Digital Library.