

DAFTAR LITERATUR

- Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI*. Jurnal Studi Manajemen, Vol.8.
- Andriyani, Santi. 2013. *Minat Kerja Mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI*. (Skripsi S-1 Prodi Pendidikan Teknologi Agroindustri). Bandung: Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Andryanto, Reza. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anggoro, M Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arif, Nina. Nur, Asrul. 2017. *Analisis Faktor Penentu Pelaku Usaha Menjual Melalui Situs Jual Beli Online Bukalapak*.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Artaya, Putu dan Purworusmiadi, Tubagus. 2019. *Efektifitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur*. Surabaya: Universitas Narotama Surabaya.
- Barkatullah, H. Abdul dan Prasetyo, Teguh. 2005. *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chandon, P., Wansink, B. dan Laurent, G. 2000. *A Benefit Conruency Framework of Sales Promotion and Effectiveness*, Journal of Marketing. Vol. 64.
- Davis, F. D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Accetance of Information System Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13.
- Fathurrohman, Iqbal. 2015. *Pengaruh Efikasi Diri, Pengambilan Resiko, Pesepsi Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan, serta Faktor Demografi Terhadap Intensi Berwirausaha Online*.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ginting, M. Dan Yuliawan, E. 2015. *Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada STMIK Mikroskil Medan)*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil. Volume 5. Nomor 01. April 2015.

- Irawati, S. Anugrahi. Bambang. 2018. *Analisis Faktor – faktor yang Memotivasi Wanita Berwirausaha Online Melalui Bisnis Online*.
- Istiarni, Pinggih Rizki Dwi. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Juju, dan Sulianta, Feri. 2010. *Branding Promotion With Social Network*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kanaidi. 2010. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Kodrat, David S. Dan Christina, Wina. 2015. *Intrepreneurship*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lazuardi, Iqbal dan Firas, Haryo. 2016. *E-commerce sebagai solusi mengurangi pengangguran di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Maharsi, Sri dan Mulyadi, Yuliani. 2007. *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance model (TAM)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan.
- Makmun, Abin Syamsudin. 1996. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya
- Margono. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Muhson, Ali. 2005. *Diktat Mata Kuliah: Aplikasi Komputer*. Pendidikan Ekonomi FISE UNY.
- Pramana, Putra. Yusuf, Ricky. 2016. *Analisis Pengaruh Quality, Image, Brand Equality, dan Value Terhadap Loyalitas Seller sebagai Salah Satu Partner E-marketplace di Lazada Indonesia*.
- Prihandy, Aditya. Hatammimi, Jury. 2014. *Pengaruh Perceived Benefits, Perceived Risks, Psychological Factors, Hedonic, Motivations, dan Website Design terhadap Perilaku Belanja Online (Online Shopping Behavior) di JABODETABEK Tahun 2014*. Jakarta: Telkom University.
- RM, Ilham. 2018. *Pengembangan Aplikasi Marketplace untuk Pemasaran dan Transaksi Produk Roasting Warung Kopi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Selfiani. 2013. *Analisis Pengaruh Faktor Pajak, Investment Opportunity set (IOS), Profitability, dan Non Performing Loan (NPL) Terhadap Tingkat Utang pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Tekun/Volume IV, No 02.

- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Makroekonomi: Teori Pengantar* (edisi ke tiga). Jakarta: Rajawali Press.
- Sunarya, PO Abas, Sudaryono dan Saefullah, Asep. 2011. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Suryawirawan, Oktoaditya. 2019. *Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap E-commerce Intention Melalui Aplikasi Online Shop pada Mahasiswa di Surabaya*.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sweeney, J. C. & Soutar, G. 2001. *Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale*. *Journal of Retailing*, 77(2).
- Sumber lain :
- Ansara, Herawati. 2016. *Sejarah Media Online di Dunia dan di Indonesia*. <http://www.kompasiana.com> (diakses 27 Oktober 2019).
- CNN. 2019. *Jumlah Pengangguran Februari 2019 Turun Jadi 6,82 Juta Orang*. <https://m.cnnindonesia.com/ekonomi/20190506124326-532-392272/jumlah-pengangguran-februari-2019-turun-jadi-682-juta-orang> (diakses 12 Oktober 2019).
- iPrice. 2019. *Peta E-Commerce Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses 8 November 2019).
- Kompasiana. 2018. *Inilah Hasil Survei Online Shop Terbaik 2018 dan Potensi Skema O2O di Indonesia*. <https://www.kompasiana.com/ryokusumo/5c2dd810677ffb20ac064d36/inilah-hasil-survey-online-shop-terbaik-2018-dan-potensi-skema-o2o-di-indonesia?page=all> (diakses 15 Oktober 2019).
- Markeeters. 2018. *Mengapa Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Sering Diakses?*. <https://marketeers.com/mengapa-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-sering-diakses/> (diakses 15 Oktober 2019).
- Wikipedia. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/> (diakses 9 November).