

DAFTAR PUSTAKA

- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M, 2015. *Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes*. *Industrial management and Data System*, 115(3), 570-588.
- Apjii, 2019. Hasil Survei Nasional Penetrasi Pengguna Internet 2018.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Laporan Perekonomian Indonesia 2017. Jakarta: BPS Statistik Indonesia.
- Barlian, 2003. Manajemen keuangan 2. Literasi Lintas Media, Jakarta
- BPS (2020). Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sidoarjo Tahun 2020. Sidoarjokab.bps.go.id.
- Cao, Yingxia, Haya Ajjan., Paul Hong. (2018). “Determinants of social media adoption by large companies”.
- Derham, R., Cragg, P., & Morrish, S., 2011. “*Creating Value: An SME And social media.*” PACIS 2011 proceedings. Paper 53.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/03/pandemi-covid-19-pacu-umkm-gunakan-media-digital>.
- Kaplan A.M. & Haenlein, M. (2010). “*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media.*” *Business Horizon*, 53, 59-68
- Kementerian Koperasi dan UMKM, 2016. Aspek Lingkungan Strategis.

Komar, Husin, Tunjungsari, Hety.K. (2019). "Pengaruh Online *Behavioural Advertising* dan *Consumer Trust* pada Sikap dan Niat Konsumen Merespon *Online Advertising*." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 71-81.

Kwok, L., & Yu, B., 2013. *Spreading social Media Message on Facebook: An Analysis of restaurant business-to-consumer communications*. *Cornell Hospitality quarterly*, 54(1), 84-94.

Lidwina, A (2020). *Internet Penyelamat UMKM dari krisis Covid-19*.

Lina, L., F., & Permatasari, B., 2020. *Social media capabilities dalam Adopsi media sosial Guna meningkatkan kinerja UMKM*.

Liu, Y., & Shrum, L. J., 2002. *What is interactivity and is it always such a good thing? Implications of definition, person, and situation for the influence of interactivity on advertising effectiveness*.

Maffioli, 2020. *How Is the World Responding to the Novel Coronavirus Disease (COVID-19) Compared with the 2014 West African Ebola Epidemic? The Importance of China as a Player in the Global Economy*.

Michaelidou, Siamagka, Christodoulides, 2011. *Usage, Barriers and Measurement of social media marketing: An Exploratory Investigation of small and medium B2b brands*.

Mulyani, 2013. Analisis Rasio arus kas sebagai alat pengukur kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal dinamika Ekonomi & bisnis*. ejournal.unisnu.ac.id

Odoom, R., Anning-Dorson, T., & Acheampong, G., 2017. *Antecedent of social media usage and performance benefits in small- and medium-sized enterprises (SMEs)*. Journal of Enterprise Information Magement, 30(3), 383-399.

OECD. "SME Policy Responses." Diakses 23 April 2020.

Orniati, 2009. Laporan keuangan sebagai alat untuk menilai kinerja keuangan.
fe.um.ac.id

Philips, C., 2009. *What is cost-effectiveness?"* health economics Swansea University, Sanofi-aventis. Swansea, February 2009, 1-8.

Priambada, S., 2015. Manfaat penggunaan media sosial pada UKM

Purwana, Rahmi, Aditya, 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.

Purwantini, Anisa, 2018. Analisis Penggunaan Media sosial bagi ukm dan dampaknya terhadap kinerja.

Purwiantoro, M. H., Kristianto S.W.D.F., Hadi. W., 2016. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM)

Putra, A. F. (2020). Analisis Trend Laporan Keuangan untuk Mengetahui Kinerja Keuangan pada CV. D, E, dan F.

Rahman, Riska. "37,000 SMEs hit by COVID-19 crisis as government prepares aid." The Jakarta Post. 16 April 2020.

Rizky, A (2020). Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial untuk Pacu Penjualan saat Pandemi.

Rogers, E. M., 1983. *Diffusion of Innovations*, 3rd ed., Free Press, New York.

Rogers, E. M., 2002. *Diffusion of Preventive Innovations*.

Rogers, E. M., 2003. *Diffusion of Innovations*

Rosa, Y. D, Idwar, Abdilla, M., 2022. Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19.

Selang, 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.

Setiaji, 2017. Analisis Penggunaan Sosial Media Dalam Aktivitas Pemasaran Pada Umkm Daerah Sleman DIY.

Setiawati, Widyartati, 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM.

Soelaiman, L., Utami, 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi media sosial Instagram dan dampaknya terhadap kinerja umkm.

Sukri, Arisandi, 2017. Analisis Strategi pemasaran dengan media sosial produk kuliner usaha kecil menengah di Pekanbaru.

- Swastha, Basu. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafi'I, Susanti, Harti, 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan, Tingkat Pendidikan, dan Kemampuan Manajemen Pemilik Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo.
- Tajudeen, Jaafar, Ainin, 2018. *Understanding the Impact of Social media Usage Among Organizations*
- Timilsina, 2017. *Impacts Of social media In Restaurant Businesses*
- Tuten, Solomon, 2014. *Social Media Marketing*. Sage, London
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)
- Utari, Dewi, 2014. Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat.
- Widyastuti, Nuswantoro, Sidhi, 2016. Literasi Digital Pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif Di Daerah Istimewa Yogyakarta.