

## DAFTAR PUSTAKA

- Adyas, D., & Nur Cahyani, D. (2020). *PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MARKETPLACE TOKOPEDIA DAN SHOPEE* (Vol. 11, Number 1).
- Akbar, F., Ekonomi, F., Sukabumi, U. M., Sukabumi, K., Alamsyah, S., Nugroho, G. W., Sistem, A. I., Akuntansi, I., Badan, D., Keuangan, P., & Daerah, A. (2024). *Analisis Kualitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Kasus Implementasi Sipkd di BPKPD Kota Sukabumi)*.
- Akbar, F., & Pratama, N. (2022). *Volume 11 Nomor 2 Halaman 377-392 Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Alfiani, L., Septiawan, B., & Suratman, S. S. (2022). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Pengguna Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(1), 47–61. <https://doi.org/10.22219/jaa.v5i1.17962>
- amelina, tri, maidani, nilasari. (2024). 27. +*Jurnal+Nella+Ameliana+Putri*.
- Ardy, C. K. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN MARKETPLACE MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK TREE-X. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 6, Number 5).
- Arora, D. (2021). Impact of Digital Marketing on Business. *Journal of Technology Management for Growing Economies*, 12(2), 57–60. <https://doi.org/10.15415/jtmge.2021.122007>
- Arunraju Chinnaraju. (2025). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in the AI Era: Innovative methodological guide and framework for business research. *Magna Scientia Advanced Research and Reviews*, 13(2), 062–108. <https://doi.org/10.30574/msarr.2025.13.2.0048>
- Astusi KIsmi. (2023). *Pelaku UMKM Kuningan*. <https://koran.pikiran-rakyat.com/pendidikan/amp/pr-3036342763/pelaku-umkm-di-kuningan-curhat-masalah-bisnis-mereka-mahasiswa-siapkan-inovasi>
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing Third Edition*.
- Dampak..., A., Putra Dewa, B., & Setyohadi, D. B. (2020). ANALISIS DAMPAK FAKTOR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENTDALAM MELIHAT TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PADA

PELANGGAN MARKETPLACE DI INDONESIA. In *TELEMATIKA* (Vol. 14, Number 01).

Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5).

Dewi Sutjahyani. (2024). *document* (11).

Dina Ulayya Aziizah. (2025). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 4(1), 100–111.  
<https://doi.org/10.58738/kendali.v4i1.803>

Dwi Astutik, U. Y. S. I. P. S. Y. (2022). Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee: Analisis Harga dan Kualitas Produk dimoderasi Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2).  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.799>

Dwianingrum, E. (2025). *PERAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM: LITERATURE REVIEW*.

Emilia Kurniawati, & Sulastri Rini Rindrayani. (2025). Pendekatan Kuantitatif dengan Penelitian Survei : Studi Kasus dan Implikasinya. *SOSIAL : Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 3(1), 65–69. <https://doi.org/10.62383/sosial.v3i1.596>

Febriyani, A. A., & Dharma, F. (2024a). *PENGARUH PENERAPAN APLIKASI SIA, DIGITAL MARKETING & E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA UMKM KOTA BANDAR LAMPUNG*.  
<https://doi.org/10.30738/ad.v8i1>

Febriyani, A. A., & Dharma, F. (2024b). *PENGARUH PENERAPAN APLIKASI SIA, DIGITAL MARKETING & E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA UMKM KOTA BANDAR LAMPUNG*.  
<https://doi.org/10.30738/ad.v8i1>

Ferdiansyah Lengga. (2024). *rri.co.id*. <https://rri.co.id/daerah/784690/pelaku-umkm-di-kuningan-ikuti-kick-off-umkm-naik-kelas>

Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7(3), 2518–2527.  
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>

Hair, J. F., Babin, B. J., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Becker, J.-M. (2025). Covariance-based structural equation modeling (CB-SEM): a SmartPLS 4 software tutorial. *Journal of Marketing Analytics*.  
<https://doi.org/10.1057/s41270-025-00414-6>

- Hasibuan, A. N., Suharli, O., & Andriyanty, D. R. (2022). ANALISIS POSITIONING PEMETAAN MARKETPLACE BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN DI JAKARTA SELATAN. In *BISNIS & MANAJEMEN* (Vol. 12, Number 1).  
<http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Hidayat, T., Eka, ;, Ayuningtyas, A., & Yahya, ; Adibah. (2025). "EKOMABIS: *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Optimalisasi Pertumbuhan Laba: Peran likuiditas dan profitabilitas Profit Growth Optimisation: The role of liquidity and profitability*. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v6i01.2307>
- Hikmah Perkasa, Desty Febrian, W., & Dian Nusantara, U. (2023). *Global : Jurnal Lentera BITEP*. <https://lenteranusa.id/>
- Juliana, S. O. U. R. (2026).  
18.+jurnal+KONSEP+DASAR+PENELITIAN+KUANTITATIF+140-146.
- KARTIKA PUSPITA SARI. (2020). *STRATEGI BRANDING PERPUSTAKAAN UMUM KOTA DEPOK*.
- Kucherenko, T., Anishchenko, H., Melnyk, L., & Glinkowska-Krauze, B. A. (2021). Accounting Information System under the Digital Transformation. *Oblik i Finansii*, (4(94)), 23–29. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-4\(94\)-23-29](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-4(94)-23-29)
- Kumala Sari, A. (2023). PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETPLACE PASCA PANDEMI BERBASIS CONSUMER TO CONSUMER (C2C). *Jkpim : Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Kumari, N. (2024). A Study on Digital Marketing and its Components. In *IJFMR240214974* (Vol. 6, Number 2). [www.ijfmr.com](http://www.ijfmr.com)
- Lisanti, Y., Heykal, M., & Wahyuningtias, D. (2020). USEFULNESS OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS FOR BUSINESSES. In *Systematic Reviews in Pharmacy* (Vol. 11, Number 12).
- Maulidina, C. M., & Nafiati, L. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi, digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(1), 187–199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>
- Muhammad Iqbal. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh) . *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*.  
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2494338&val=23782&title=Efektifitas%20Digital%20Marketing%20Terhadap%20Kualitas>

%20Layanan%20pada%20Usaha%20di%20Masa%20Pandemi%20Covid%2019%20Studi%20Kasus%20di%20Aceh

Mustawan, A. (2021). *Kuninganmass*. <https://kuninganmass.com/kini-kuningan-miliki-bank-data-umkm/>

Natasya. (2023). *Materi\_4\_Teori\_dan\_Pengembangan\_Hipotesi*.

Nur Kholifah, S., Dwi Rahmi Satiti, A., Ridho Elvierayani, R., Islam Lamongan, U., Timur, J., & Penulis, K. (2025). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI. *Jurnal Ilmiah M Progress*, 15(2). <https://doi.org/10.35968/m-pu>

Nurdin, S., & Hardianti, L. (2022). MENINGKATKAN MINAT BELI MELALUI STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN EKUITAS MEREK. In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 4, Number 1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm>

Obućinski, D., Grdinić, V., Zarev, D., Mitić, N., & Ljubojević, N. (2024). ACCOUNTING AS AN INFORMATION SYSTEM. *Oditor*, 10(3), 69–78. <https://doi.org/10.59864/oditor42403do>

Pavlović, N., Savić, M., & Stanković, A. (2023). Impact of digital marketing on customers. *Ekonomski Signali*, 18(2), 107–114. <https://doi.org/10.5937/ekonsig2302107p>

Poerbarini, A. R., Sitorus, M., Kom, S., & Kom, M. (2025). *OPTIMALISASI E-COMMERCE DAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM: ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG DI ERA EKONOMI DIGITAL*.

redaksi. (2024, October 29). *Pemkab Kuningan Fasilitas UMKM dengan Layanan Gratis untuk Pemasaran Produk Melalui Dekranasda Digital Kuningan*. [https://Kuningankab.Go.Id/Home/Pemkab-Kuningan-Fasilitas-Umkm-Dengan-Layanan-GGratis-Untuk-Pemasaran-Produk-Melalui-Dekranasda-Digital-Kuningan/?Utm\\_source=chatgpt.Com](https://Kuningankab.Go.Id/Home/Pemkab-Kuningan-Fasilitas-Umkm-Dengan-Layanan-GGratis-Untuk-Pemasaran-Produk-Melalui-Dekranasda-Digital-Kuningan/?Utm_source=chatgpt.Com). [https://kuningankab.go.id/home/pemkab-kuningan-fasilitas-umkm-dengan-layanan-gratis-untuk-pemasaran-produk-melalui-dekranasda-digital-kuningan/?utm\\_source=chatgpt.com](https://kuningankab.go.id/home/pemkab-kuningan-fasilitas-umkm-dengan-layanan-gratis-untuk-pemasaran-produk-melalui-dekranasda-digital-kuningan/?utm_source=chatgpt.com)

Saputro, L. (2020). *4396-10917-1-SM*.

Setiabudhi, H., Suwono, M. A., Yudi, M. S., Setiawan, A., Karim, S., Hardani, P., & Duari, H. (2025). *Analisis Data*.

Srihastuti, E., & Isnaniati, S. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Terhadap Efektifitas Pelaporan Akuntansi UMKM di Desa Banyuanyar. In *Journal Management* (Vol. 19, Number 3).

- Undari Sulung, M. M. (2024). 238-Other-1030-1-10-20241025 (1).
- Volodymyr SYBIRTSEV, H. K. V. R. (2024). *Features of the application of accounting information systems in corporate accounting and financial management*. <http://efp.in.ua/en/journal-article/1473>
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Yuningsih, Y., Rosnawati, L., Putri Purwanti, A., Muhammad Rifqy, I., & Al-Ghifari, U. (2023). Kajian dan Riset Manajemen Profesional ANALISIS PENGARUH ROA, ROE, DAN NPM TERHADAP PERTUMBUHAN LABA : LITERATURE REVIEW. *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional*, 14(1).
- Zainudin, A. (2024). *PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON