

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M.S. (2017). Pertumbuhan *E-Commerce* Indonesia Tertinggi di Dunia. *Liputan6.com*. Diperoleh 25 April 2018 dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/2957050/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.
- Ansoff, H.I. (2007). Strategic Management Classic, *International Review of Strategic Management*, 3(4): 173-202. Doi: 10.1057/9780230590601.
- Bank Indonesia (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Indonesia: LPPI – Bank Indonesia.
- BBC. (2014). Facebook beli WhatsApp Seharga 19 Miliar Dollar. *BBCNews.com*. Diperoleh 25 April 2018 dari http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/02/140220_bisnis_facebook_whatsapp
- Budilaksono, B. (2017). MPR: stabilitas politik 2017 terjaga baik. *Kompas.com*. Diperoleh 31 Januari 2018 dari <https://www.antaraneews.com/berita/672290/mpr-stabilitas-politik-2017-terjaga-baik>.
- Chaffey, D., Chadwick, F.E. (2012). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Fifth Edition. Pearson. London, UK.
- David, Fred R. (2015). *Strategic Management: Concepts, Global Edition*. 15th edition . England: Pearson Education Limited.
- Departemen Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (N.D). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012 – 2013*. Dilansir dari http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx_rtgfiles/sandingan_data_umkm_2012-2013.pdf
- Dutta, N. (2013). Entrepreneurship and Political Risk. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy* 2(2):130-143. Doi: <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2012-0018>.
- Falgenti, K. (2011). Transformasi UKM ke bisnis *online* dengan *internet marketing tools*. *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta* 4(1):62-73.
- Grant, Robert, M. (2008). *Contemporary Strategy Analysis*. West Sussex : Wiley.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D. (2015). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. McGraw Hill: US.
- Hutt ,M.D, Speh ,T.W. (2017). *Business Marketing Management*. Twelfth Edition. Boston, US: Cengage Learning.
- Ika, A. (2017). Akses Internet Jadi Faktor Penting Berkembangnya Industri Kreatif. *Kompas.com*. Diperoleh 31 Januari 2018 dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/04/20/134500826/akses.internet.jadi.faktor.penting.berkembangnya.industri>.

- Kirby, A. (2015). The Challenges of Journal Startup in the Digital Era. *Publications* 3(4): 219-231. Doi: 10.3390/publications3040219.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin, L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. 15th edition. England: Pearson Education Limited.
- Kunter, M. (2016). The Van Westendorp price-sensitivity meter as a direct measure of willingness-to-pay. *International Journal of Research in Marketing*, 29 (2), 148-166. Doi: 10.18374/EJM-16-2.4.
- Laroche, M., Habibi, M. R., Richard, M. O., & Sankaranarayanan, R. (2012). The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty. *Computers in Human Behavior*, 28, 1755-1767. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.04.016>.
- Lee, A., Edwards, M.G. (2013). *Marketing Strategy: A Life-Cycle Approach*. Press. Cambridge, UK.
- Maharani, S. (2016). Bisnis UKM Online Tumbuh 10 Kali Lipat. *Tempo.co*. Diperoleh 25 April 2018 dari <https://bisnis.tempo.co/read/740354/bisnis-ukm-online-tumbuh-10-kali-lipat>.
- Martin, S.S., Camarero, C. (2008). Consumer Trust to a Website: Moderating Effect of Attitudes Toward Online Shopping. *Cyberpsychology & Behavior* 11(8):549-554.
- Matamatapolitik (2016). Jelang Pemilihan Presiden 2019, Politik Indonesia Semakin Tidak Dapat Diprediksi. Diperoleh 31 Januari 2018 dari <https://www.matamatapolitik.com/jelang-pemilihan-presiden-2019-politik-indonesia-semakin-tidak-dapat-diprediksi/>.
- Miladi, H. (2018). Skandal Facebook dan Mudahnya Mencuri Data Pribadi Orang Indonesia. *Kompasiana.com*. Diperoleh 25 April 2018 dari <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/primata/5ab32709dd0fa833630b84d2/skandal-facebook-dan-mudahnya-mencuri-data-pribadi-orang-indonesia>.
- Munthe, L. (2017). Persaingan Bisnis Online Semakin Ketat. *Medanbisnisdaily.com*. Diperoleh 25 April 2018 dari <http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2015/12/16/205027/persaingan-bisnis-online-semakin-ketat/>.
- Park, J., Lee, H., Kim, C. (2014). Corporate Social Responsibilities, Consumer Trust, and Corporate Reputation: South Korean Consumers' Perspectives. *Journal of Business Research* 67(3): 295-302.
- Priambada, A. (2016). Survei DailySocial: Iklan Facebook dan Instagram Berperan Besar dalam Mendorong Keputusan Berbelanja Online di Indonesia. *Dailysocial.id*. Diperoleh 25 April 2018 dari <https://www.google.com/amp/s/dailysocial.id/post/survei-dailysocial-iklan-facebook-dan-instagram-berperan-besar-dalam-mendorong-keputusan-berbelanja-online-di-indonesia%3famp=1>.
- Robinson, H., Wysocka, A., Hand, C. (2007). Internet Advertising Effectiveness: The Effect of Design on Click-Through Rates for Banner Ads. *International Journal of Advertising* 26(4):527-541.

- Rocketmanajemen, (2017). Cara Memulai Bisnis Tanpa Modal dengan Google AdSense. *Rocketmanajemen.com*. Diperoleh 25 April 2018 dari <http://rocketmanajemen.com/bisnis-google-adsense/>.
- Ryza, P. (2016). Peran Aktif Pemerintah Indonesia Dukung Industri Startup dan Ekonomi Digital. *Dailysocial.com*. Diperoleh 31 Januari 2018 dari <https://dailysocial.id/post/peran-aktif-pemerintah-indonesia-dukung-industri-startup-dan-ekonomi-digital>.
- Setiawan, S.R.D. (2016). Stabilitas Politik di Indonesia Mampu Tarik Pemodal Berinvestasi di Indonesia. *Kompas.com* Dilansir dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2016/10/01/171445026/stabilitas.politik.di.indonesia.mampu.tarik.pemodal.berinvestasi.di.indonesia>.
- Setiawan, S.R.D. (2018). Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang. *Kompas.com*. Diperoleh 31 Januari 2018 dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>.
- Setiawan, S.R.D. (2018). Ekonomi Indonesia 2017 Tumbuh 5,07 Persen, Tertinggi Sejak Tahun 2014. *Kompas.com*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/05/113820026/ekonomi-indonesia-2017-tumbuh-507-persen-tertinggi-sejak-tahun-2014>.
- Sommer, L. (2015). Industrial Revolution: Industry 4.0: Are German Manufacturing SMEs the First Victims of This Revolution?. *Journal of Industrial Engineering and Management*. 8(5): 1512-1532. Doi: 10.3926/jiem.1470.
- Stigler, G.J. (1958) The Economic of Scale. *The Journal of Law & Economics* 1:54-71.
- Suci, Y.R. (2017). 'Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia'. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6(1):51-58.
- Sufyan, M. (2017). Berapa Lama Lagi Usia Koran di Indonesia? *Kompas.com*. Diperoleh 16 April 2018 dari <https://nasional.kompas.com/read/2017/07/07/18590671/berapa.lama.lagi.usia.koran.di.indonesia>.
- Tse, E. (2017). *China's Disruptors*. Indonesia: Elex Media Komputindo.
- Vinerean, S., Cetina, J., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). The Effect of Social Media Marketing on Online Consumer Behaviour. *International Journal of Business and Management*. 8(14): 66-79. Doi: 10.5539/ijbm.v8n14p66.
- Wahono, T. (2012). Facebook Beli Instagram 1 Miliar Dollar AS. *Kompas.com*. Diperoleh 25 April 2018 dari <https://tekno.kompas.com/read/2012/04/10/0231175/facebook.beli.instagram.1.miliar.dollar.as>.
- Wirtz, J., Lovelock, C. (2016). *Service Marketing Eighth Edition*. World Scientific: US.