

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BIDANG *FASHION* DI KECAMATAN JEKAN RAYA,
KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Pembangunan
Bidang Konsentrasi Ekonomi Industri dan UMKM



Oleh :
Joy Hardiana Putra
193030301153

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN**

2026

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BIDANG *FASHION* DI KECAMATAN JEKAN RAYA,
KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Pembangunan
Bidang Konsentrasi Ekonomi Industri dan UMKM



Oleh :

Joy Hardiana Putra

193030301153

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BIDANG *FASHION* DI KECAMATAN JEKAN RAYA,
KOTA PALANGKA RAYA**

Disusun Oleh:

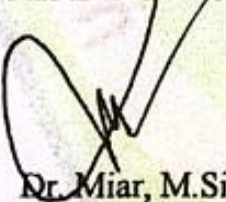
Joy Hardiana Putra
193030301153

SKRIPSI

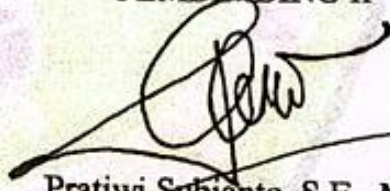
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Ekonomi Pembangunan
Bidang Konsentrasi Ekonomi Industri dan UMKM

Palangka Raya, 20 Mei 2026

PEMBIMBING I


Dr. Miar, M.Si
NIP. 19620904 198803 1 002

PEMBIMBING II


Pratiwi Subianto, S.E., M.E.
NIP. 19870203 202012 2 003

Mengetahui,

Jurusan Ekonomi Pembangunan

Ketua,


Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Palangka Raya,
Dekan,
Dr. Sunaryo N. Tuah, S.E., M.P., CHRA
NIP. 19650401 198703 1 007


Dicky Perwira Ompusunggu, SE, M.Si
NIP. 19970318 202203 1 011

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH BIDANG *FASHION* DI KECAMATAN JEKAN RAYA, KOTA PALANGKA RAYA

Joy Hardiana Putra
193030301153

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya

Tanggal 20 Mei 2026

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Ekonomi Pembangunan
Bidang Konsentrasi Ekonomi Industri dan UMKM

TIM PENGUJI

1. Dr. Miar, M.Si
Ketua

2. Pratiwi Subianto, SE, ME
Anggota

3. Dr. Alexandra Hukom, SE, M.Si
Anggota



IDENTITAS TIM PENGUJI SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI:

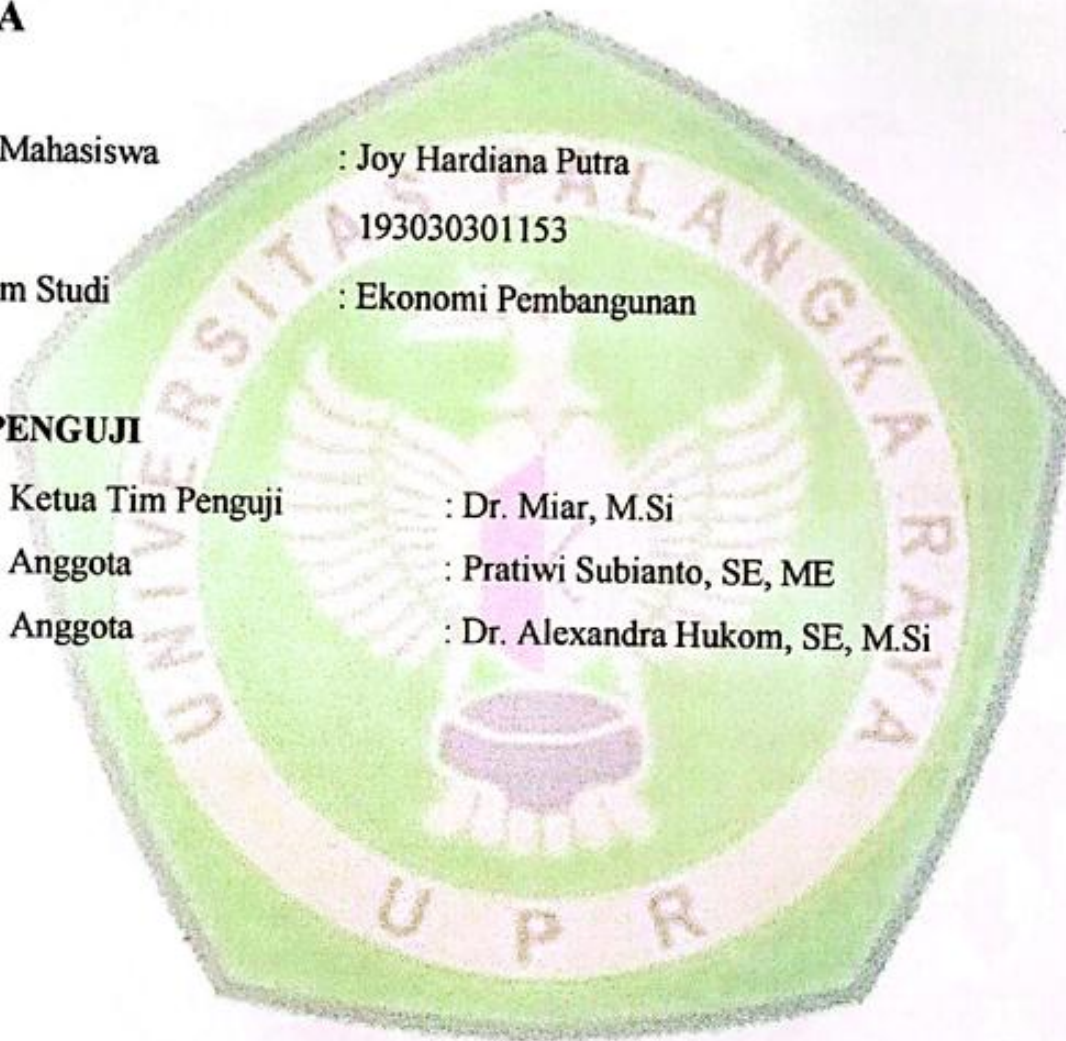
ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH BIDANG *FASHION* DI KECAMATAN JEKAN RAYA, KOTA PALANGKA RAYA

Nama Mahasiswa : Joy Hardiana Putra
NIM : 193030301153
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

TIM PENGUJI

1. Ketua Tim Penguji : Dr. Miar, M.Si
2. Anggota : Pratiwi Subianto, SE, ME
3. Anggota : Dr. Alexandra Hukom, SE, M.Si

Tanggal Ujian Skripsi : 20 Mei 2026
Nomor SK Penguji : 2544/UN24.4/EP/2026



PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, adalah asli dan belum pernah diajukan guna mendapatkan gelar akademik, baik Universitas Palangka Raya maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Bab XX tentang sanksi karya ilmiah dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palangka Raya, 20. Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



Joy Hardiana Putra
193030301153

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Joy Hardiana Putra
Nomor Induk Mahasiswa : 193030301153
Judul Proposal : **ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH BIDANG FASHION DI KECAMATAN JEKAN
RAYA, KOTA PALANGKA RAYA**

Telah memenuhi persyaratan untuk dilaksanakan
Ujian Skripsi di depan dewan penguji skripsi

Disetujui oleh pembimbing

Tanggal :

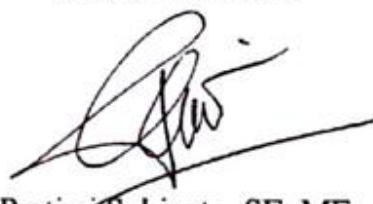
PEMBIMBING I



Dr. Miara, M.Si
NIP. 19620904 198803 1002

Tanggal :

PEMBIMBING II



Pratiwi Subianto, SE, ME
NIP. 198702032020122003

Palangka Raya,

Mei 2026

Mengetahui,
Jurusan Ekonomi Pembangunan
Ketua,



DICKY PERWIRA OMPUSUNGGU, SE, M.Si
NIP. 19970319 202203 1 011

ABSTRAK

Joy Hardiana Putra, 193030301153. Analisis Pengaruh *Online Shop* Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bidang *Fashion* di Kecamatan Jekan Raya, Kota Palangka Raya. Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan, Konsentrasi Ekonomi Industri dan UMKM, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di bawah bimbingan Dr. Miar, M.Si dan Pratiwi Subianto, S.E., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi digital berbasis interaktif (*live streaming*), dan volume penjualan terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor fashion di Kecamatan Jekan Raya, Kota Palangka Raya. Meskipun adopsi *e-commerce* berkembang pesat, bukti empiris mengenai bagaimana strategi berbasis *online shop* memengaruhi pendapatan UMKM di kota menengah masih terbatas. Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan variabel harga, promosi digital interaktif, dan volume penjualan dalam satu model empiris terpadu untuk menjelaskan kinerja pendapatan UMKM dalam konteks ekonomi digital lokal, yang selama ini lebih banyak diteliti secara parsial atau berfokus pada wilayah perkotaan besar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 50 pelaku UMKM yang dipilih secara *purposive*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang didahului dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga, promosi digital, dan volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas pemanfaatan *online shop* tidak hanya ditentukan oleh adopsi platform, tetapi juga oleh keselarasan strategi harga, promosi digital, dan kapasitas penjualan.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dengan menyediakan bukti empiris pada konteks kota menengah serta menjelaskan mekanisme mikro bagaimana strategi digital meningkatkan pendapatan UMKM. Secara praktis, implikasi kebijakan menekankan pentingnya peran pemerintah daerah dalam memperkuat literasi digital UMKM, menyediakan pelatihan pemasaran berbasis platform digital, serta mendorong integrasi UMKM ke dalam ekosistem *e-commerce* yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Online Shop*, Pendapatan UMKM, Harga, Promosi, dan Volume penjualan.

ABSTRACT

Joy Hardiana Putra, 193030301153. *Analysis of the Influence of Online Shops on the Income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Fashion Sector in Jekan Raya Subdistrict, Palangka Raya City. Thesis, Department of Development Economics, Concentration in Industrial Economics and MSMEs, Faculty of Economics and Business. Under the guidance of Dr. Miar, M.Si and Pratiwi Subianto, S.E., M.E.*

This study investigates the effect of product pricing, digital promotion (live streaming), and sales volume on the income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the fashion sector in Jekan Raya Subdistrict, Palangka Raya City, Indonesia. Despite the rapid expansion of e-commerce adoption, empirical evidence on how specific online shop-related strategies influence MSME income in medium-sized cities remains limited. This study offers a novel contribution by integrating pricing, interactive digital promotion, and sales volume into a unified empirical model to explain MSME income performance within a localized digital economy context, which has been largely overlooked in prior studies focusing on large urban areas or single-variable analysis.

A quantitative approach was employed using survey data from 50 MSME actors selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression, following validity, reliability, and classical assumption tests. The results indicate that product pricing, digital promotion, and sales volume each have a positive and statistically significant effect on MSME income, both individually and jointly. These findings confirm that the effectiveness of online shop utilization is not solely determined by platform adoption but also by the strategic alignment of pricing, promotion, and sales capacity.

The study contributes to the literature by providing empirical evidence from a medium-sized city context and highlighting the micro-level mechanisms through which digital commerce strategies enhance income outcomes. From a policy perspective, the findings underscore the need for local governments to strengthen MSME digital capabilities through targeted training, facilitate access to e-commerce platforms, and promote adaptive marketing strategies to ensure sustainable income growth.

Keywords: *Online Shop, MSME Income, Price, Promotion, and Sales Volume.*

RIWAYAT HIDUP



Joy Hardiana Putra adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 12 Juli 2000 di Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Hartoweta H. Taman dan Diana. Penulis pertama kali masuk pendidikan Taman Kanak pada tahun 2005 dan tamat pada tahun 2006. Pada Tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di SD Negeri 7 Palangka Raya dan Tamat pada tahun 2013. Pada Tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Palangka Raya dan tamat pada tahun 2016. Setelah Tamat dari SMP, penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Palangka Raya dan tamat pada Tahun 2019. Pada Tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Palangka Raya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan.

Pada tahun 2020, sambil berkuliah secara daring saat terjadinya Pandemi COVID-19 penulis bekerja di perusahaan wiraswasta Meubel Nattan Furniture dan pernah juga bekerja sebagai Barista di *Coffeeshop Kerabat Coffee and Space*. Penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Tewai Baru, Gunung Mas, selama kurang lebih 1 bulan pada tahun 2022 .

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar, dan berusaha, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata, penulis mengucapkan rasa bersyukur sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Online Shop* Terhadap Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bidang *Fashion* di Kecamatan Jekan Raya, di Kota Palangka Raya**”.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena kasih setia dan anugerah-Nya yang melimpah atas berkat dan kemurahan-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH BIDANG *FASHION* DI KECAMATAN JEKAN RAYA, KOTA PALANGKA RAYA”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya. Dalam penyusunan skripsi ini tentu saja penulis banyak menemui kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Salampak, MS., selaku Rektor Universitas Palangka Raya.
2. Dr. Sunaryo N. Tuah., S.E., M.P., CHRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya.
3. Dicky Perwira Ompusunggu, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya dan dosen penguji saya yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya.
4. Dra. Diana Beatris, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberi motivasi selama masa perkuliahan.
5. Dr. Miar, M.Si dan Pratiwi Subianto, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran selama dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang banyak memberikan ilmu pengetahuan baik berupa teori maupun praktik selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf akademik, staf jurusan ekonomi pembangunan, dan staf bagian umum fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Palangka Raya yang telah membantu dan mempermudah penulisan selama ini untuk mengurus administrasi perkuliahan.
8. Kepada orang tua saya yang sangat baik, penyayang dan luar biasa yaitu Bapak Hartoweta H. Taman Dan Ibu Diana Serta kakak pertama saya Hendra dan kakak

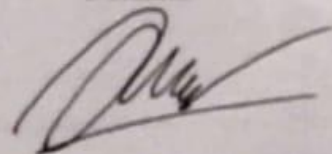
kedua saya Martina Hartoweta Taman yang telah memberikan dukungan yang sangat luar biasa seperti motivasi yang sangat kuat dan luar biasa. Penulis sangat berterima kasih atas nasihat, doa, kasih sayang dan perlindungan selama ini.

9. Kepada tim Kerabat Coffee and Space, Bang Noel, Bang Krisna, Bang Ibet dan rekan – rekan satu kerja Gege dan Loura yang telah memberikan hal-hal yang luar biasa seperti memberikan dukungan penuh, semangat yang luar biasa, dan dukungan lainnya yang tak bisa disebutkan satu-persatu, walaupun Penulis dalam banyak rintangan tetapi mereka selalu mendukung dengan baik.
10. Kepada Rekan-rekan GUPLAH, HATUE BAKENA 17, InfoKERABAT, dan Pangarinah Tabela karena telah menerima dan menjadi teman terbaik yang telah memberikan dukungan penuh, semangat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua teman-teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan 2019 Kelas A yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Serta tidak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu per satu yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan segala kritik dan saran-saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan

Palangka Raya, 20 Mei 2026

Penulis



Joy Hardiana Putra

193030301153

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	
SAMPUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teori	6
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	6
2.1.2 Usaha <i>Fashion</i>	7
2.1.3 <i>Online Shop / E-Commerce</i>	8
2.1.4 Harga	15
2.1.5 Promosi Digital.....	16
2.1.6 Volume Penjualan	18
2.1.7 Pendapatan.....	19
2.2 Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1 Hubungan Harga dengan Pendapatan Pelaku UMKM	23
2.2.2 Hubungan Promosi digital dengan Pendapatan Pelaku UMKM	23
2.2.3 Hubungan Volume penjualan dengan Pendapatan Pelaku UMKM	24
2.3 Penelitian Terdahulu	24
2.4 Kerangka Konsep Penelitian	30
2.5 Hipotesis Penelitian	33
BAB III. METODE PENELITIAN	34
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
3.1.1 Jenis Penelitian	34
3.1.2 Objek dan Lokasi Penelitian.....	34
3.1.3 Sumber Data	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36

3.3 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.3.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	40
3.3.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	40
3.4 Model Penelitian	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Observasi	41
3.5.2 Kuesioner.....	42
3.5.3 Dokumentasi.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Uji Instrumen.....	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.4 Uji Hipotesis.....	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Jekan Raya.....	47
4.1.2 UMKM Bidang <i>Fashion</i> di Kecamatan Jekan Raya	48
4.1.3 Karakteristik Responden	49
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Uji Instrumen.....	52
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	57
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.2.4 Uji Hipotesis.....	62
4.3 Pembahasan.....	66
4.4 Implikasi Hasil Penelitian	72
BAB V. PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
5.3 Keterbatasan Penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Gambar 2.1 Data Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 1998-2015	10
2. Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian	31
3. Gambar 2.3 Model Hubungan Variabel	33
4. Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot (P-P Plot)	57
5. Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Tabel 2.1 Persentase Pelaku Usaha di e-Commerce Berdasarkan Tahun.....	11
2. Tabel 2.2 Perkembangan Nilai Transaksi e-Commerce di Indonesia.....	12
3. Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	24
4. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	37
5. Tabel 4.1 Kategorisasi Jenis Usaha UMKM Bidang Fashion di Kecamatan Jekan Raya.....	48
6. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
7. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk	50
8. Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Online Shop	50
9. Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform yang Digunakan.....	51
10. Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	52
11. Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)	53
12. Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Digital (X2).....	54
13. Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (X3)	54
14. Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan Pelaku UMKM (Y).....	55
15. Tabel 4.11 Kriteria Pengambilan Keputusan dalam Uji Reliabilitas	56
16. Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	56
17. Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	58
18. Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	59
19. Tabel 4.15 Koefisien Regresi Linier Berganda.....	61
20. Tabel 4.16 Tabel Nilai Kritis Distribusi t	63
21. Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)	63
22. Tabel 4.18 Tabel Nilai Distribusi F ($\alpha = 0,05$)	65
23. Tabel 4.19 Hasil Uji F (Simultan).....	65
24. Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	66

DAFTAR PUSTAKA

- Afika, A., dan Pasulu, I. (2023). *Pengaruh Online Shop Terhadap Minat Beli Barang Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja*. In Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi 2(1): 257-265.
- Apjii.or.id. (2024). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. [online] Available at: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>. Diakses Pada 12 Maret 2024.
- Arsyad, L. (2010). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital. (2024, 21 Juni). *Pelatihan Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Kota Palangka Raya*. Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. <https://bpsdm.komdigi.go.id/berita-pelatihan-digitalisasi-umkm-berbasis-syariah-di-kota-palangka-raya-44-1909>
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Persentase Pelaku E-commerce Menurut Tahun Mulai Usaha*. *E-commerce*. <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-ecommerce-2019.html>. Diakses Pada 23 Maret 2024.
- Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya. (2011). *Statistik Daerah Kecamatan Jekan Raya 2011*. <https://web-api.bps.go.id/download.php?f=Axp39BsEHRGdZr7wQL4/3FNtElRNZkJnNGtRczVBNXZ6UnRXSjlocjBuRTNIejNQOTFUbMNaRkdieS9yQlVhVTFmS0dLZXdJR2RoalliYTFMRUlyMko2U1FBNFI5NGNSL1Y0K3FFZnhDU1JLOWN3Yi9ySE1FOVV0SFp3WIU4L3J5OXJqQytSUUZ2ZIB3OGxVbW1DdkY1d3BnY05XUjZUYkFObFRWMjhsRHLvSDJGVFB6UEtiRWNHYWRjU1MxVG15UzVLL2xkVIEwa2tVYTB2Uy9peTNTY3hsMXhDNmNiYUVSRk1XQ0E9PQ==>. Diakses Pada 23 Maret 2026.
- Barry Berman, Joel R. Evans, (2001). *Retail Management eight edition*, Penerbit Intermedia (terjemahan), Jakarta.
- Baziad, M. (2015). *Dorong pertumbuhan pengguna Internet, Indonesia percepat dukungan infrastruktur*. [online] Available at: <https://www.digitalnewsasia.com/digital-economy/dorong-pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-percepat-dukkungan-infrastruktur>. Diakses Pada 23 Maret 2024.
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). *Fast Fashion: Response to Changes in the Fashion Industry*. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 20(1), 165–173.
- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). *Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis*. Journal of Business Research, 66(1), 105–114. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Pearson Education.
- Clootrack.com. (2024). *What are the 4 types of customer buying behavior?* - Clootrack. [online] Available at: https://www.clootrack.com/knowledge_base/types-of-consumer-behavior [Accessed 28 Maret 2024].
- Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kota Palangka Raya. (2025, 27 Mei). *Diskominfo Palangka Raya Gelar Pelatihan Pemasaran Digital Untuk UMKM dan KIM*. Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya. <https://palangkaraya.go.id/diskominfo-palangka-raya-gelar-pelatihan-pemasaran-digital-untuk-umkm-dan-kim/>
- Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Palangka Raya. (2024). *Selayang Pandang Kota Palangka Raya 2024*. <https://palangkaraya.go.id/wp-content/uploads/2024/07/Selayang-Pandang-2024.pdf>. Diakses Pada 23 Maret 2026.
- Ghane, S., M. Fathian, dan M. R. Gholamian. (2011). “*Full Relationship Among ESatisfaction, E- Trust, E-Service Quality, and E-Loyalty: The Case of Iran E-Banking*”. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 33 (1).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2009). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Harnanto. (2019). *Dasar-Dasar Akuntansi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Herawati, T., dan M.I. Fasa, dan Suharto. (2022). *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Di Masa Pandemi Covid-19*. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1): 13-25.
- Izzatusholekha, H. (2023). *Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Tangerang Selatan Dalam Pengembangan Digitalisasi UMKM*. *PENTAHHELIX: Jurnal Administrasi Publik* 1(2): 201-216.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Kata Data. (2018). *Perkembangan Nilai Transaksi e-Commerce di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/21/20-tahun-setelah-reformasi-ekonomi-indonesia-tumbuh-sekitar-5>. Diakses Pada 25 Maret 2024.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford: Berg Publishers.
- Khairunnisa, A. (2018). *Revitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPW BI) Provinsi Kalimantan Tengah*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke duabelas. Jilid 1. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P. and K.L. Keller. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson Education.
- Kristanto, M. (2016). *Tantangan dan Peluang Brick-and-Mortar Retail di Era E-Commerce*. Akubis: Jurnal Akuntansi dan Bisnis, 3(1): 21-28.
- Lestari, L.A., Spetira, A.D., Herawati, A.R., dan Kismartini. (2021). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pertumbuhan Iklim Usaha Oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman*. Jurnal Enersia Publika, 5(1): 382-395.
- Lismula, R. J. A. (2022). *Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat*. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107-118.
- Mankiw, N Gregory. (2011). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Mujiyana, M., dan I. Elissa. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. Jurnal Teknik Industri, 8(3): 143-152.
- Mustajibah, T., dan Trilaksana, A. (2021). *Dinamika e-Commerce di Indonesia Tahun 1999-2015*. *J Pendidik Sej*, 10(3), 3-11.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Panca Nugraha, H. (2021). *Pengaruh Elemen Pemasaran Media Sosial Terhadap Keterlibatan Konsumen Pada Merek, Kesadaran Merek dan Citra Merek*. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(10), 1788–1799. <https://doi.org/10.59141/jist.v2i10.252>
- PDSI KOMINFO (2019). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. [online] Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Available at: https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media. Diakses Pada 17 Maret 2024.
- Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 17 Tahun 2014 Tentang Pengaturan Toko Modern.

- Rakasiwi, L. S., & Kautsar, A. (2021). *Pengaruh Faktor Demografi dan Sosial Ekonomi terhadap Status Kesehatan Individu di Indonesia. Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 5(2), 146-157.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Jurnal Manajemen & Bisnis*. 14 (2) : 2067- 2075.
- Rosyidi, S. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, C. A. (2015). *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. AntroUnairdotNet*. 4(2): 205 – 216.
- Schiffman, LeonG., Kanuk, Leslie Lazar. (2006). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Zoelkif IKasip. Jakarta: Indeks
- Sea, C., Zhafira, F., Putra, J., & Nazahwa, Z. D. (2022). *Pengaruh Penggunaan Belanja Online Masyarakat Indonesia: Sebelum, Selama dan Sesudah Pandemi COVID-19*. Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora, 1(01), 154-171.
- Sheth, N. Jagdish, and B. Mittal. (2004). *Customer Behaviour: Managerial Perspective*. Second Edition. Singapore: Thomson.
- Siregar, R.S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Taman Wisata Istana Maimun*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara : Medan.
- Sitorus, O. F. ., Ningsih, R. A., Andini, A., Rahmawati, N. A., & Alfarisi, M. Y. (2025). Mengatasi Tantangan Transformasi Digital UMKM: *Tantangan Dan Solusi Melalui Kegiatan Pendampingan di Jakarta dan Bekasi*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(6), 939-948. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2768>
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Štimac, H., & Bilandžić, K. (2021). *How Web Shops Impact Consumer Behavior?* Tehnički Glasnik, 15(3), 350–356.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (2006). *Ekonomi Pembangunan Edisi Kedua*. Kencana, Jakarta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES
- Taswiyah, T., dan Imron, A. (2021). *Persepsi dan Preferensi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sistem Berbelanja Secara Online/online shop*. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 128-137.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. In Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ulfayati, S. (2024). *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM Pada Bidang Fashion di Kota Palangka Raya Dengan Peran Inovasi Sebagai Variabel Intervening* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya]. Digital Library UIN Palangka Raya. <https://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/id/eprint/6144>.
- Usman, H. dan P.S. Akbar. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zhang, L., Chen, M., & Zamil, A. M. A. (2023). *Live stream marketing and consumers' purchase intention: An IT affordance perspective using the S-O-R paradigm*. *Frontiers in Psychology*, 14, 1069050. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1069050>
- Zuraidah, K. I. (2023). *Fenomena Belanja Online Pada Remaja di Masa Pandemi COVID-19*. Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 25(1), 91-96.