

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Digital Marketing*. Jakarta: Media Press.
- Anggraeni, N., & Sari, L. (2021). Pengaruh Harga terhadap Minat Pembelian Produk Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 45–53.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik UMKM Nasional*. Jakarta: BPS RI.
- Daroji, A., dkk. (2024). Transformasi Digital pada UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 22–34.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dhae, F., & Fa'ah, M. (2024). Persepsi dan Implementasi Digitalisasi di Kalangan UMKM Kota Kupang. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 7(1), 14–26.
- Dina Stirev. (2025). Implementasi Digital Marketing pada Pelaku UMKM di NTT. *Jurnal Inovasi Ekonomi Daerah*, 4(2), 55–66.
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Engel, J. (2014). *Consumer Behavior*. New York: Dryden Press.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. (2003). Trust and Technology Acceptance in E-Commerce. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Handayani, R. (2019). Manfaat Promosi dalam Meningkatkan Nilai Produk. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 2(1), 11–20.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). New Jersey: Pearson.
- Lucas, D., & Britt, S. (2016). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Ohio: South Western.

- Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Mulyana, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran dan Promosi*. Bandung: Alfabeta.
- Pusat Bahasa Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahayu, S. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(4), 88–99.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2020). Kemudahan Sistem Dalam Transaksi Digital. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(1), 91–101.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tambunan, T. (2012). *UMKM di Indonesia: Permasalahan dan Perkembangannya*. Jakarta: LP3ES.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Wibowo, A., & Rahmawati, S. (2022). Kemudahan dan Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 101–118.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johanes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0193/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	Heni Haryati Lassa
NIM	:	31122028
Fakultas/Prodi	:	Ekonomika dan Bisnis / Ekonomi Pembangunan
Dosen Pembimbing	:	1. Adrianus Ketmoen, S.E, MM 2. Maria Imakulata Pongge, S.E, M.Ec.Dev
Judul Skripsi	:	PENGEMBANGAN PROMOSI BERBASIS MEDIA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT PEMBELIAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN FATUKOA KOTA KUPANG

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **18% (Delapan Belas) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 23 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,


Damianus Dami, S.Ptk.