Jurnal Manajemen Diversifikasi
Vol. 6. No. 3 (2026)

Pengaruh Penggunaan *Platform E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

Rafi Ilham Roihan[1] , Yateno[2], Jati Imantoro[3]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
Email: Ilhamrafi184@gmail.com, yatno.apta@gmail.com, jatiimantoro@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh penggunaan platform e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM tanaman hias di Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur. Peningkatan teknologi digital dan e-commerce memberikan peluang besar bagi UMKM. Permasalahan utama adalah kontribusi e-commerce terhadap pendapatan UMKM tanaman hias. Metode kuantitatif asosiatif digunakan dengan sampel 20 responden UMKM tanaman hias di Kecamatan Pekalongan melalui *simple random sampling*. Instrumen kuesioner skala Likert diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data meliputi uji asumsi klasik, normalitas, linearitas, regresi sederhana, dan uji t. Hasil menunjukkan penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM tanaman hias ($t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$). Disimpulkan, optimalisasi e-commerce meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi UMKM dan pemerintah daerah dalam digitalisasi usaha.

Kata Kunci: E-commerce, Pendapatan, UMKM, Tanaman Hias, Pekalongan

---

Abstract

This study analyzes the effect of e-commerce platform usage on the income improvement of ornamental plant MSMEs in Pekalongan District, East Lampung Regency. Increased digital technology and e-commerce offer significant opportunities for MSMEs. The main problem is e-commerce's contribution to ornamental plant MSME income.
A quantitative associative method was employed, with a sample of 20 ornamental plant MSME respondents in Pekalongan District via simple random sampling. Likert scale questionnaire instruments were tested for validity and reliability. Data analysis included classical assumption, normality, linearity, simple regression, and t-tests. Results show e-commerce usage positively and significantly impacts ornamental plant MSME income improvement ($t_{count} > t_{table}$ and significance < 0.05). It is concluded that optimizing e-commerce increases MSME income. This study aims to be a reference for MSMEs and local governments in business digitalization.

Keywords*: E-commerce, Income, MSMEs, Ornamental Plants, Pekalongan*

I. Pendahuluan

Di Indonesia, penggunaan teknologi internet dan *platform* media sosial berkembang dengan signifikan dan sudah memengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan, salah satunya di bidang ekonomi. Dengan memanfaatkan teknologi internet, berbagai pelaku bisnis dapat melakukan berbagai kegiatan usaha secara elektronik, seperti transaksi bisnis. Serta hal terpenting adalah memanfaatkan kemajuan teknologi melalui media sosial untuk mempromosikan dan mengenalkan produk kepada konsume, sehingga dapat mendorong pertumbuhan perdagangan elektronik atau *e-commerce* (Sudirman dkk, 2020).

Penggunaan *e-commerce* memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses tranksaksi sehingga dapat meningkatkan daya saing. Penggunaan *e-commerce* tentunya dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga yang diberikan kepada konsumen secara online, sehingga memudahkan proses tranksaksi tanpa harus datang ketoko secara langsung, serta dapat bersaing dengan toko sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Selain itu, dampak yang dirasakan adalah pendapatan semakin meningkat, dan produk akan semakin mudah dikenal oleh konsumen sehingga mempermudah dalam mendapatkan pelanggan (Ikhsan dan Hasan, 2020). platform *e-commerce*. Dimana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen. Sehingga hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menghubungkan kedua belah pihak (Yonatan, 2020) .

Menurut Nugroho (2021), ada beberapa jenis *E-commerce* yaitu :
B2B (*Business to Business*), B2C (*Business to Consummer*), C2C (*Cosummer to Consummer*), C2B (*Consummer to Business*), B2A *(Business To Administration)*, O2O *(Online To Offline),* C2A *(Consumer To Administration).*

Pendapatan merupakan perubahan pada jumlah faktor produksi yang digunakan dan perubahan kemampuan setiap unit faktor produksi tersebut menghasilkan pendapatan. Pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimiliki kepada sektor produksi (Haholongan, dkk 2024). Sedangkan menurut Menurut Hastuti (2023), menyatakan bahwa pendapatan adalah hasil yang diterima oleh faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja , tanah, dan modal dalam proses produksi. Pendapatan adalah balas jasa yang diterima seseorang atas keterlibatanya dalam proses produksi barang atau jasa. Pendapatan yang diperoleh tidak dari kerja adalah pendapatan bunga uang. pendapatan dari persewaan, pendapatan dari usaha yang dijalankan orang lain, dan pemberian orang lain (Imantoro, 2022).

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) semakin dipermudah dengan adannya kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi (Sasmita, 2022). Dengan adanya sistem *e-commerce,* UMKM dapat memasuki pasar global secara mudah dan bahkan bersifat *real-time*. Dalam melakukan *E-Commerce* penggunaan internet menjadi pilihan favorit oleh kebanyakan orang karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet tersebut (Irawati dan Prasetyo, 2021). Perdagangan secara eletronik menawarkan kepada perusahan atau konsumen keuntungan jangka pendek dan jangka panjang. Perdagangan elektronik tidak hanya membuka pasar baru bagi produk atau jasa yang ditawarkan, mencapai konsumen baru, tetapi juga dapat mempermudah cara melakukan bisnis. Disamping itu, perdagangan elektronik juga sangat bermanfaat bagi pelanggan/konsumen dan masyarakat umum. Secara umum, ada berbagai manfaat lain saat melakukan perdagangan elektronik (Avriyanti, 2020).

Saat ini, UMKM sudah menyebar diseluruh penjuru Indonesia termasuk salah satunya yaitu Provinsi Lampung. Berdasarkan catatan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Provinsi Lampung, pertumbuhan UMKM di Provinsi Lampung cukup

bergeliat sekitar 9-10% dari 2020 hingga 2022 yang tersebar di 15 kabupaten atau kota. Provinsi Lampung memiliki beraneka ragam sumber daya alam yang berpotensi besar untuk dijadikan ladang usaha. Berdasarkan data yang tersedia, salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung, yaitu Kabupaten Lampung Timur pada tahun 2022 memiliki lebih dari 232.800 pelaku UMKM yang tersebar (Badan Pusat Statistik, 2022). Setiap desa di Lampung Timur memiliki UMKM dan hasil produk unggulannya masing-masing. Salah satu UMKM yang banyak diminati masyarakat Lampung Timur, khususnya Kecamatan Pekalongan adalah usaha agribisnis tanaman hias. Kecamatan Pekalongan merupakan salah satu pemasok utama tanaman hias yang mendistribusikan produk ke berbagai daerah dan provinsi di Indonesia, dengan harga jual yang jauh lebih murah dibandingkan daerah lain. Keunggulan ini didukung oleh letak geografis Provinsi Lampung yang strategis, berdekatan dengan Jakarta sebagai pusat pertumbuhan ekonomi, serta tersedianya sarana dan prasarana transportasi yang baik (Sivadiyanti 2023).

II. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain kuantitatif Menurut Sujarweni dalam (Lestari, et al.2021), penelitian ini jenis data yang digunakan adalah deduktif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kusioner dan observasi, dengan mengumpulkan data dari pelaku UMKM tanaman hias dengan pendekatan asosiatif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2020) yang menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang berlokasi di Kecamatan Pekalongan, Kabupaten Lampung Timur, dengan subjek penelitian seluruh pelaku UMKM tanaman hias dan objek penelitian platform e-commerce (seperti Shopee, TikTok Shop, Lazada, TokoPedia, Mitra BukaLapak, dan marketplace), di mana populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM tanaman hias di Kecamatan Pekalongan dengan jumlah sampel 20 orang yang diambil menggunakan teknik sampling jenuh atau sensus, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.

Menurut Suriani dan Jailani (2023) adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian, dan data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1-5 (dengan kategori Sangat Setuju hingga Sangat Tidak Setuju) serta observasi langsung, yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada lokasi penelitian (Willis, 2020), kemudian dianalisis menggunakan uji validitas yang menurut Hatmawan dan Riyanto (2020) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti, reliabilitas yang menurut Arikunto (2020) adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya, normalitas yang menurut Arikunto (2020) berguna untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak, linearitas yang menurut Suwarto (2020) bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, homogenitas yang menurut Usmadi (2020) digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian dari populasi sama atau tidak, analisis regresi linier sederhana yang menurut Trianggana (2020) merupakan perhitungan statistik untuk menguji seberapa erat hubungan antar variabel, uji t yang menurut Ghozali (2023) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dan koefisien determinasi yang menurut Ghozali (2023) digunakan untuk mengukur kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependen untuk menguji hipotesis penelitian.

III. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

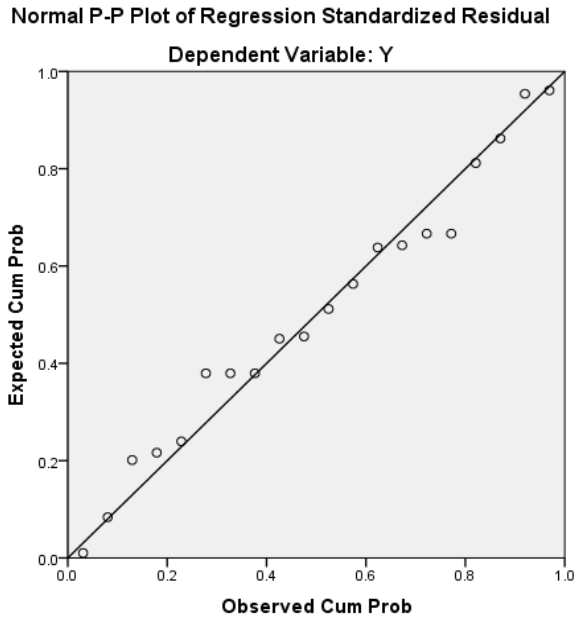
1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari setiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Kriteria penilaian uji normalitas pendekatan *Kolmogorov Smirnov*, adalah apabila pada tingkat signifikan 5% nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 5% berarti bahwa variabel residual berdistribusi normal dan uji normalitas dengan pendekatan grafik plot atau normal P-P Plot of Regression Standarized Residual adalah jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka data berdistribusi normal

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42802264
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		.578
Asymp. Sig. (2-tailed)		.892
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Pada uji normalitas Kolmogrov Smirnov apabila tingkat signifikan 5% nilai asymp. Sig (2-) lebih dari 5% yang berarti variabel residual berdistribusi normal, dan berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-failed) adalah sebesar 0,892. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Pendekatan P-Plot

Dari hasil gambar uji normalitas menggunakan Normal P-Plot of Regression Standarized Residual titik-titik ploting yang terdapat pada gambar Normal P-Plot of Regression

Standarized Residual mendekati garis diagonalnya mengikuti garis, makadata dapat dikatakan normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksud untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variable terikat memiliki hubungan yang linier atau tidak. Untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear atau tidak. Berikut adalah hasil menggunakan test of linearity untuk variabel X terhadap Y.

Tabel 2. Hasil Uji X1 Terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	170.383	9	18.931	2.544	.081
		Linearity	132.789	1	132.789	17.844	.002
		Deviation from Linearity	37.594	8	4.699	.631	.737
	Within Groups		74.417	10	7.442		
	Total		244.800	19			

Berdasarkan tabel 2 di atas hasil uji linieritas pada tabel dapat diketahui nilai signifikan sebesar 0,737 > 0,05, yang berarti terdapat pengaruh yang liniear anatara variabel *e-commerce* (X) terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y).

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varian yang homogen. Adapun hasil uji homogenitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances			
Pendapatan Umkm			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.160	4	10	.147

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui terdapat nilai signifikan sebesar 0,147. Dikarenakan nilai signifikan 0,147 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat varian yang homogeny atau sama antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

4. Analisis Linier Sederhana

Pengujian analisis linier sederhana bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Penggunaan Platform Ecommerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi kasus Usaha Tanaman Hias di Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan) seperti table dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	61.379	20.222		3.035	.007
	Ecommerce	.334	.221	.336	1.515	.147

a. Dependent Variable: Pendapatan Umkm

Konstanta (β) = 61,379 ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variabel *Ecommerce* adalah 0, maka nilai variabel Peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah sebesar 61,379 dengan variabel asumsi lain. Koefisien *e-commerce* = 0,334 jika dinilai 1% maka *e-commerce* yang dinilai sebesar 33,4%.

5. Uji Persial (t)

Pada penelitian uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel Penggunaan Ecommerce secara parsial (sendiri- sendiri) terhadap variabel Peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah.

Tabel 5. Hasil Uji Persial (t)
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.155	16.515		.918	.371
	E-commerce	.838	.181	.737	4.619	.000

Berdasarkan hasil dari tabel 5. diketahui variabel *e-commerce* mendapatkan nilai t hitung sebesar 4,619 > t tabel yaitu 1,72 dan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05 hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap variabel peningkatan pendapatan.

6. Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian koefisien determinan dalam penelitian digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinan berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai koefisien determinan mendekati 1 artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, dan sebaliknya apabila nilai koefisien determinan mendekati 0 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Hasil koefisien determinan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737[a]	.542	.517	2.495

Dari tabel di atas bahwa hasil nilai R Square sebesar 0,542 atau 54,2% variabel *e-commerce* dapat dijelaskan oleh variabel usaha mikro kecil dan menengah. Dapat di artikan bahwa variabel independen memberikan kontrbusi yang tinggi terhadap variabel dependen yaitu sebesar 54,2% dan 45,8% lainya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

7. Uji Hipotesis Statistik

Setelah dilakukan pengujian analisis, kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak berpengaruh antar variabel. Hasil keputusan terhadap seluruh hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 61,379 ini menunjukan apabila variabel e-commerce mengalami peningkatan 1%, maka variabel pendapatan jua mengalami peningkatan sebesar 61,379%.
2. Koefisien regresi pada variabel independen yaitu e-commerce bertanda positif 0,334, artinya menunjukan setiap kenaikan 1% menjadi 33,4%.

B. Pembahasan

Pengaruh Penggunaan *E-commerce* Terhadap Penigkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa indikator yang digunakan pada variabel kerangka pemikiran meliputi ecommerce memiliki nilai yang dapat berpengaruh terhadap pedapatan usaha mikro kecil dan menengah. Persamaan nilai indikator yang diuji menunjukan bahwa ecommerce berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. *E-commerce* adalah aktivitas bisnis yang melibatkan produsen, penjual, dan konsumen. Peran *e-commerce* bagi masyarakat sangatlah penting. Di Lampung menjadi salah satu wilayah di Indonesia yang mengalami peningkatan pendapatan pada UMKM tanaman hias.

IV. Kesimpulan Dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang Pengaruh Penggunaan *Platform E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Studi Kasus Usaha Tanaman Hias di Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan), maka ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

B. Saran

Berdasarkan dari 20 butir pertanyaan menunjukan indikator yang paling valid pada indicator kemudahan akses dan efesiensi waktu dalam transaksi, keamanan dan kepercayaan dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, faktor kemudahan akses, efesiesi waktu, serta keamanan dan kepercayaan dalam transaksi elektronik merupakan aspek yang paling kuat dalam variabel *e-commerce.*

Daftar Pustaka

Aglis Andhita Hatmawan, dan Slamet Riyanto. 2020. Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. Sleman: CV Budi Utama.

Arikunto, S. 2020. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi 16). Rineka Cipta.

Avriyanti, S. 2020. Peran e-commerce untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis, 4(1), 83-99.

Badan Pusat Statistik. 2022. Statistik E-Commerce 2022. Desember. BPS Jakarta. Jakarta.

Ghozali, I. (2023). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Semarang: Universitas Diponegoro Publishing.

Haholongan, R., Antaty, S. N. I., Yan, S. K., Azzahra, J. P., Zahra, J. A., Dasura, A., & Pratama, R. A. 2024. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung. Innovative: Journal Of Social Science Research, 4(3), 6073-6082.

Hatmawan, A. A., & Riyanto, S. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.

Hastuti, L. 2023. Teori Ekonomi dan Implementasinya dalam Pembangunan. Penerbit Pustaka Indonesia.

Ikhsan, M., dan Hasan, M. 2020. Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies.

Irawati, R., dan Prasetyo, I. B. 2021. Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 6(2), 114-133.

Leonardo, D., Suhada, B., & Imantoro, J. (2022, October). Analisis Komparatif Tingkat Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Kreatif Payungi Kota Metro. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (SNPPM) UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO* (Vol. 4, No. 1, pp. 24-32).

Nugroho, R. A. 2021. *Startup Digital: Panduan Praktis Membangun Bisnis Online untuk Generasi Muda*. Bandung: Penerbit Informatika.

Sasmita, L. 2022. Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Ayam Geprek Arisha Desa Rawangsari Kecamatan Pangkalan Lesung Kabupaten Pelalawan Di Tinjau Dari Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Riau.

Sivadiyanti, L. M. 2023. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Tanaman Hias Desa Sidodadi Pekalongan Menurut Perspektif Marketing Syariah. Doctoral dissertation. Metro: IAIN Metro.

Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., dan Sherly, S. 2021. Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM. In Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis.

Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.

Suwarto, S. 2020. Aplikasi Komputer Bisnis Dan Pengolahan Data. Metro Lampung: CV Laduny Alifatama.

Suriani, N., & Jailani, M. S. 2023. Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 24-36.

Trianggana, D. A., Peramalan Jumlah Siswa-Siswi Melalui Pendekatan Metode Regresi Linear, Jurnal Media Infotama, 16(2), 2020, pp. 115–120.

Usmadi. 2020. Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Hipotesis). Inovasi Pendidikan, 7(1), 50-62

Willis, S. S. (2020). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Prenadamedia Group.

Yonantan, A. 2020. *Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Dan E-Commerce Terhadap Volume Penjualan Pada Rumah Makan Bebek Prakoso Di Kota Metro* (Doctoral dissertation) Lampung : Universitas Muhammadiyah Metro.