

Daftar Pustaka

- Adityo, B. (2011) 'ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ON LINE DI SITUS KASKUS', *eprintundip*.
- Ali Hasan (2013) *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Arianta, I. K. L. and Kartika, I. M. (2020) 'Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Volume Penjualan Pada Media Komputer Denpasar', *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 5(1), pp. 31–40. doi: 10.47329/jurnal_mbe.v5i1.323.
- Babin, B. J., Hair, J. F. and Boles, J. S. (2008) 'Publishing Research in Marketing Journak Using Structural Equation Modeling', *Journal of Marketing Theory and Praticce*, 16(4), pp. 279–285.
- Chin, W. W. (1998) *The partial least squares approach for structural equation modeling*. London: Lawrence Erlbaum.
- Daria, L. P. and Setyorini, R. (2014) 'Pengaruh Strategi E-Marketing Mix Kepada Keputusan Membeli Pada Toko Online (Studi Pada Konsumen Zalora . Co . Id Di Bandung) the Influence of E-Marketing Mix on the Decision To Buy in the Store Online (Study on Zalora . Co . Id Consumer in Bandung)', *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, (2010).
- Dharmamesta, B. S. and Handoko, T. H. (2004) *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. 3rd edn. Yogyakarta: Liberty.
- Ferdinand, A. (2002) *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. 2nd edn. Semarang: BP UNDIP.
- Fornell, C. and Bookstein, F. (1982) 'Two Structural Equation Models : LISREL and PLS Applied to CONsumer Exit-Voice Theory', *Journal of Marketing Research*, 19(4), pp. 440–452.
- Garson, G. D. (2012) *Stuctural Equation Modeling*. Statistical Associates Publishing.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2015) *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, D. B. (2009) 'STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)', *Media Informatika*, 8(3), pp. 121–134.
- Hadi, D. F. and Zakiah, K. (2021) 'Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi', *Competitive*, 16, pp. 32–41.
- Hair, J. F. *et al.* (2012) 'An Assessment of the use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), pp. 414–433.
- Hair, J. F., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2011) 'PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet', *Journal of Marketing Theory and Praticce*, 19(2), pp. 139–150.

- Harahap, L. K. (2018) 'Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)', *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, (1), p. 1.
- Herry Lisbijanto (2013) *Batik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ihsan, Rezki, M. and Alamsyah, D. P. (2019) 'Pengaruh Kualitas Website Pada Keputusan Pembelian Pada Situs Shopee Menggunakan Metode Webqual 4.0', *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 4(1), p. 120.
- Jogiyanto (2011) *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta.
- Juliandi, A. (2019) *BELAJAR MUDAH SPSS*. DOI: 10.5281/zenodo.2538079. doi: 10.5281/zenodo.2538079.
- Kompas (2020) *NoEra New Normal, Jumlah Antrean Toko Swalayan Akan Dibatasi 10 Orang dengan Jarak 1, 5 Meter*, <https://megapolitan.kompas.com/>.
- Kotler and Armstrong (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Laudon, K. C. and Laudon, J. P. (2014) *Sistem Informasi Manajemen : Mengelola Perusahaan Digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, L. (2017) 'Pengaruh E-Commerce Terhadap Volume Penjualan pada Online Shop Aneka Kemeja Pria Bekasi', ... *Online Mahasiswa (JOM) Bidang ...*, 1(1), pp. 1–14. Available at: <http://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/629>.
- Mackenzie, S. B., Podsakoff, P. M. and Jarvis, C. B. (2005) 'The Problem of Measurement Model Misspecification in Behavioral and Organizational Research and Some Recommended Solutions', *Journal of Applied Psychology*, 90(4), pp. 710–730.
- Musman, A. and Arini, A. B. (2011) *Batik Warisan Adiluhung Nusantara*. 1st edn. Yogyakarta: G-Media.
- Prasetio, A. *et al.* (2021) *Konsep Dasar E-Commerce*. Jawa Barat: Yayasan Kita Menulis.
- Ramdhan, J. M. (2019) 'PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DISTRO HOUSE OF SMITH', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3).
- Reken, F., Modding, B. and Dewi, R. (2020) 'Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar', *Tata Kelola*, 7(2), pp. 142–153. doi: 10.52103/tatakelola.v7i2.144.
- Rerung, R. R. (2018) *E-Commerce*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saragih, H. and Ramdhany, R. (2013) 'Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam

- Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus’, *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), p. 100. doi: 10.21609/jsi.v8i2.331.
- Setiawati, M., Aini, Y. and Aida, W. (2015) ‘Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian)’, *Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian*, pp. 1–13.
- Setyo Hari, W. (2008) *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8 Konsep dan Tutorial*. Graha Ilmu.
- Strauss, J. and Frost, R. (2014) *E-Marketing (7th Edition)*.
- Subatri, T. (2012) *Konsep Sistem informasi*. Yogyakarta: Offset Andi.
- Suhendra, J. M. and Millanyani, H. (2021) ‘Pengaruh E-Marketing Mix Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tiket . Com the Effect of E-Marketing Mix To Consumer Purchase Decisions Process on Tiket.Com’, *e-Proceeding of Management*, 8(5), pp. 4480–4491.
- Tenenhaus, M., Amato, S. and Vinzi, V. E. (2004) ‘A global Goodness of Fit index for PLS structural Equation Modelling’, in *Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting*. Padova, pp. 739–742.
- Tjokroaminoto, J. *et al.* (2014) ‘ANALISA PENGARUH BRAND IMAGE DAN COMPANY IMAGE TERHADAP LOYALITAS RETAILER STUDI KASUS PT ASIA PARAMITA INDAH’, 2(1), pp. 1–11.
- Tulus T.H., T. (2009) *USAHA KECIL DAN MENENGAH; INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Turban, E. *et al.* (2015) *Electronic commerce, Vikalpa*. doi: 10.1177/0256090920040313.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018) ‘Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0’, *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), p. 81. doi: 10.25078/pba.v3i2.649.
- Widyartati, P. and Umkm, P. L. (2017) ‘Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan laba umkm’, (20), pp. 343–347.