

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. (2023). Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Bisnis Ritel Tradisional: Peluang Dan Tantangan. *J-Mabisya*, 4(1), 1–8.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Calvin, & Purba, D. (2021). Pengaruh Penerapan E-Commerce Dan Kualitas fPelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Indoland Batam. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3, 1–57. <http://repository.upbatam.ac.id/887/>
- Daud, D., K, S. A. H., & Istiqamah, H. N. (2024). *PENGARUH E-COMMERCE DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA MAKASSAR TAHUN AKADEMIK 2023 / 2024*. 10(2), 412–427.
- Devano Empathanussa, & Ing Sri Hardiningrum. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(2), 69–94. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Fani, R., & Safira, I. (2024). Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce terhadap Pedagang Konvensional di Situbondo. *Jurnal Economina*, 3(1), 96–102. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i1.1145>
- Fauziah, D. N., & Nur Wulandari, D. A. (2018). Pengukuran Kualitas Layanan Websie E-commerce Bukalapak.com Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 173–180. <https://repository.nusamandiri.ac.id/index.php/repo/viewitem/2067>
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Gani, A. A., Gani, A. A., Afriliandi, A., & Kamase, J. (2024). Aksesibilitas Informasi dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Pada Aplikasi Shopee. *SEIKO : Journal of Management & Business ISSN*, 7(1), 552–562. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/6443>
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 11(1), 432–439.
- Ghozali, I. (2018). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>

- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>
- Hikmah, J. (2020). Paradigm definisi operasional. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25.
- Kristiani Lidia Telaumbanua, & Kamil, M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dan Harga Terhadap Volume Penjualan di PT. Pandum Parahita Lestantum. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(2), 164–176. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i2.244>
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). 4. Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73.
- Malazaneti, N., Aji, G., & Rohmah, F. (2023). Analisis dampak online shop terhadap para pedagang di pasar tradisional paninggaran. *Sahmiyya*, 2(2), 376–384. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Analisis+Dampak+Online+Shop+Terhadap+Para+Pedagang+Di+Pasar+Tradisional+Panninggaran&btnG=
- Marginingsih, R., Susilowati, I. H., Sari, I., & Widiyanti, W. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL : PERAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING BISNIS DI INDONESIA tahun terakhir . Banyak negara di seluruh dunia , termasuk Indonesia , berusaha memaksimalkan commerce . Sebagai salah satu ekonomi terbesar di kawasan Asia Tenggara. 5(2), 4641–4656.
- Muhammad Aprizal, Sepriano Sepriano, & Albet Triadi. (2025). Perancangan E-Commerce Toko Kerupuk Udang Manda menggunakan Framework Laravel. *Merkurius : Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 3(1), 198–210. <https://doi.org/10.61132/merkurius.v3i1.636>
- Pranata, A., Salsyabillah, M., & Zainarti, Z. (2025). Dampak e-commerce terhadap tingkat pendapatan pedagang pasar kain di Kota Tebing Tinggi. *Nautical : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(1), 50–58. <https://doi.org/10.55904/nautical.v4i1.1540>
- Priyono, B. H., Qomariah, N., & Winahyu, P. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Guru Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Guru Sman 1 Tanggul Jember Effect of Leadership Style, Teacher Motivation and Physical Work Environment on Teacher Performance Sman 1 Tanggul Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 2460–9471.

- Qadir, A., & M. Ramli. (2024). Abdul+Qadir+-+Final. *Al-Furqan*, 3(3), 2713–2724. <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1787>
- Rosyidah, A., Rahman, Y., Putri, E., Rahman, M., & Sulistyowati, E. (2024). Analisis Pengaruh E-Commerce dan sosial media Terhadap Pedagang Konvesional Industri Mebel Di Kota Pasuruan Analysis Of The Effect Of E-Commerce On Trades Convesional Furniture Industry In Pasuruan City. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Sistem Industri (JTMSI)*, 3(1), 21–28.
- Saputra, M., Rahmadani, A., Elvina, A., Fahlefi, R., Yunus, M., Korespondensi, B., Sudirman, J., 137 Kuburajo, N., & Barat, S. (2023). Jurnal Tamwil: Jurnal Ekonomi Islam dampak ecommerce dan sosial media terhadap pendapatan pedagang sandang di pasar batusangkar. 101 | *Jurnal Tamwil*, 9(2). <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/tamwil/index>
- Sembel, E. C., Tumbuan, W. J. F. A., & Samadi, R. (2024). Analisis Strategi Marketing Mix dalam Peningkatan Volume Penjualan PT. Oriflame Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 12(2), 148–161.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Siahaan, M. M., & Bila, R. (2024). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Keberlanjutan Pasar Tradisional Di Kota Tangerang. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 42–48. <https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1121>
- Ujungbatu, U. D. (2022). The influence of facebook social media on increasing msme sales turnover (case study of msme culinary traders ujungbatu district). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 04(01), 568–578.
- Yusuf, M., & Hos, J. (2024). DAMPAK BELANJA ONLINE TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG PAKAIAN KONVENSIONAL:(Studi di Mall Mandonga Kota Kendari). *Societal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 1(1), 151–161. <https://doi.org/10.52423/societal.v1i2.17>