

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103–150.
- Arbawa, D., & Wardoyo, P. (2018). KEUNGGULAN BERSAING : BERPENGARUH TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI KABUPATEN KENDAL). *JREB*, 56–75.
- Arbawa, L. D., & Paulus, W. (2018). *Program Studi Magister Manajemen Universitas Semarang Info Artikel Sejarah Artikel : Diterima Disetujui*  
Keywords : g , *COMPETITIVE ADVANTAGE : INFLUENCE ON MARKETING PERFORMANCE ( STUDY ON FOOD AND BEVERAGE UMKM IN KENDAL DISTRICT )* *Abstract Alamatkorespond. 4800*, 56–75.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077>
- Ariyanto, D., Manurung, H. P., Studi, P., Perairan, B., Pertanian, F., Asahan, U., Kisaran, Y., Utara, S., Ekonomi, F., Asahan, U., & Lama, M. (2019). *Strategi Pemasaran Ikan kerapu Berbasis Teknologi E-Commerce di Desa Masjid Lama Kecamatan Talawi Kabupaten Batu Bara. 1*(1).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.  
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Harini, C., Darsin, & Praptono, S. (2017). *PENGEMBANGAN PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEREKONOMIAN UNIT USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KOTA SEMARANG. 1*, 1–12.  
<https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1345>
- Harini, C., & Handayani. (2019). *PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM. 13*(2).  
<https://doi.org/10.24127/jm.v13i2.395>
- Harpe, S. E. (2015). How to analyze Likert and other rating scale data. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 7(6), 836–850.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cptl.2015.08.001>
- Hardioko, J. (2017). Pengaruh produk dan harga terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja produk kopi secara daring: Studi kasus pada situs internet Otten Coffee. *J. Riset Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 129–136.
- Kosasi, S. (2015). Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak. *Snastia*, 2015(Oktober), 110–119.  
[https://www.researchgate.net/profile/Sandy\\_Kosasi/publication/322160753\\_Perancangan\\_Sistem\\_E-Commerce\\_Untuk\\_Memperluas\\_Pasar\\_Produk\\_Oleh-Oleh\\_Khas\\_Pontianak/links/5a49c007458515f6b058d1f2/Perancangan-Sistem-E-Commerce-Untuk-Memperluas-Pasar-Produk-Oleh-Ol](https://www.researchgate.net/profile/Sandy_Kosasi/publication/322160753_Perancangan_Sistem_E-Commerce_Untuk_Memperluas_Pasar_Produk_Oleh-Oleh_Khas_Pontianak/links/5a49c007458515f6b058d1f2/Perancangan-Sistem-E-Commerce-Untuk-Memperluas-Pasar-Produk-Oleh-Ol)
- LEO, S. V. (2017). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs E-commerce Tokopedia*. 1–10.
- Manahera, M. M. . S. M. H. N. T. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*

*Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).  
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21666>

Mulyani, I. (2015). *Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi*. Diponegoro University.

Nurcholis, L. (2020). The Equilateral Agility Concept as Mediating Variable in Relationship between IT-Strategy Alignment and Sustainable Competitive Advantage. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(2), 240–255.  
<https://doi.org/10.15294/jdm.v10i2.21052>

Nurcholis, L., & Cahyono, B. (2019). Effect of Information Sharing Toward Equilateral Agility With Knowledge Exploitation and Exploration As an Intervening Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(4), 741–755.  
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.04.18>

Pamuji, M. (2018). Entrepreneurial Marketing : Mengintegrasikan Pemasaran dan Kewirausahaan Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi Global Masa Kini Mandiri*, 9(1), 8–14. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/435>

Prihadi, D., & Agnes, S. D. (2018). *Pengaruh kemampuan e-commerce dan promosi di media sosial terhadap kinerja pemasaran*. 15–20.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>

Rasyidi, M. F., & Sudjatno. (2016). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Umkm Keripik Buah Di Wilayah Malang Raya)*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/3187>

Schneider, G. P., Ph, D., & Shipp, L. (2012). *ELECTRONIC COMMERCE*.

Sengkey, R. (2017). *IbM Pemanfaatan E-Commerce Dalam*. 6(3).

Steinmetz, H. (2015). *When using Sobel test to determine mediation, are there any agreed standards as what is considered full, strong or weak mediation?*

Ghozali, Imam dan Hengki Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang: Universitas Diponegoro.

