

DAFTAR PUSTAKA

- Apris, A., & Dahmiri, D. (2022). Relationship Marketing Dan Cross Selling Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(2), 207–218. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.12631>
- Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Salemba Empat.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Kuswanto, D. H., Nugroho, S. D., & Yuliati, N. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada Toko Sayuran Online di Kota Surabaya. *Jurnal Agroinfo Galuh*, 8(2), 420–433. http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB_2.pdf
- Ma'arif, A. O., & Maftukhah, I. (2020). The Efforts to Improve Marketing Performance in Small and Medium Industries of Tofu. *Management Analysis Journal*, 9(3), 252–261.
- Murniawaty, I., Munafitri, C. H., & Farliana, N. (2021). Membangun Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Kapabilitas Pemasaran. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 257–275. <https://doi.org/10.35448/jmb.v13i2.10795>
- Murtiningsih, D. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman kopi. *Judicious : Journal of Management*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/10.37010/jdc.v4i1.1215>
- Naili, F., Naryoso, A., & Yuniawan, A. (2017). Model of relationship marketing partnerships between batik SMEs and batik distributors in central Java, Indonesia. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 8(1), 20–29. <https://doi.org/10.4018/IJESD.2017100101>
- Nurcholis, L. utf., Suhendi, C., & Utami, L. D. (2022). E-Commerce on Marketing Performance With Agility As Intervening Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 146–160. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/2188/1723>
- Prihadi, D., & Mulyana, Y. (2019). Efektivitas E-Commerce dan Media Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 31. <https://doi.org/10.22441/fifo.2019.v10i1.004>
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaraan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Rundengan, M. G. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Sales Cycle, Keunggulan Bersaing, Relationship Marketing, Cross Selling terhadap Kinerja Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada PT. Asuransi Jiwa Brilife Kantor Wilayah Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(1), 15–30.
- Sudari, S. A., & Pambreni, Y. (2024). Relationship Marketing and Digital Marketing on Competitive Advantage in Enhancing SMEs Marketing Performance at Semarang Regency. *Jambura Science of Management*, 6(1), 41–50. <https://doi.org/10.37479/jsm.v6i1.22551>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tenenhaus, M., Y., C., & C, L. (2005). PLS Path Modeling. *Computational Statistics and Data Analysis*, 48, 159–205.
- Tooksoon, P., & Mohamad, O. (2016). Marketing capability and export performance: The moderating effect of export dependence. *The South East Asian Journal of Management*, 1(1), 39–52.
- Utami, N. K. D. Y., Trianasari, & Rahmawati, P. I. (2022). The Effect of Relationship Marketing and Cross Selling on the Marketing Performance of Insurance Products Pt Sun Life Indonesia Sales Office Singaraja. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(3), 179–191. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.722>
- Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing dan Keberlanjutan Bisnis Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(2), 371–379. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.558>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33, 177–195.

Yadnya, I. P., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Inovasi, Adopsi e-commerce, Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran. *Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 347–358. <http://fkbi.akuntansi.upi.edu/>