

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* DAN PENJUALAN *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN DI MITRA AGEN JNE : (STUDI KASUS PADA AGEN JNE ROYAL SERANG, BANTEN)

Syarif Hidayat¹, Suheri², Arrum Fathia Sari³, Ahmad Najiyullah⁴

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwimulya, Serang, Banten, Indonesia

Email : syarif104577@gmail.com, suheri12017@gmail.com, arrumfathiasari@gmail.com, ajijiul13@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of digital payments and e-commerce sales on revenue at JNE Agent Partners. In this research the author used a quantitative method with a questionnaire instrument distributed to 100 respondents.

The research method uses a quantitative approach with data collection techniques using questionnaires, interviews and documentation. The population of this research is JNE Royal Agent Partner customers, totaling 100 customers. The sampling technique uses a non-probability sampling method with saturated sampling or census type. as a measuring tool for sampling, with the help of Statistical Program for Social Science (SPSS) V.22 software.

Partial research results show that Digital Payment (X1) has a significant influence on JNE Agent Partner transaction income (Y) and E-Commerce Sales (X2) has a significant influence on JNE Agent Partner transaction income (Y). Simultaneous test results show that there is an influence of the Digital Payment (X1) and E-Commerce Sales (X2) variables together on JNE Agent Partner transaction income (Y). the contribution amounted to 30.7% and the remaining 69.3% was influenced by other variables outside the research model.

Keywords: Digital Payment, E-Commerce and JNE Agent Partner transaction income

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital payment dan Penjualan e-commerce terhadap Pendapatan di Mitra Agen JNE. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan instrument kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Populasi penelitian ini yaitu pelanggan Mitra Agen JNE Royal yang berjumlah 100 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode non probability sampling dengan jenis sampling jenuh atau sensus. sebagai alat ukur pengambilan sampel, dengan bantuan software Statistical Program for Social Science (SPSS) V.22.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Digital Payment (X1) terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan transaksi Mitra Agen JNE (Y) dan Penjualan E-Commerce (X2) terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Pendapatan transaksi Mitra Agen JNE (Y). Hasil uji simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel Digital Payment (X1) dan Penjualan E-Commerce (X2) secara bersama-sama terhadap Pendapatan transaksi Mitra Agen JNE (Y). besarnya kontribusi sebesar 30,7% dan sisanya sebesar 69,3% dipengaruhi oleh variable lain diluar model penelitian.

Kata Kunci : Digital Payment, E-Commerce dan Pendapatan transaksi Mitra Agen JNE

INTRODUCTION

Kemajuan Digital Payment serta e-commerce telah mengubah paradigma konvensional pembelian serta pengiriman barang, memberikan akibat yang signifikan di aneka macam sektor ekonomi, termasuk industri pengiriman barang serta logistik. pada Indonesia, JNE

(Jalur Nugraha Ekakurir) merupakan salah satu perusahaan logistik terkemuka yang menyediakan layanan pengiriman barang serta paket. mitra agen JNE, terutama yang berlokasi di daerah perkotaan serta suburban, berperan krusial dalam menyediakan aksesibilitas layanan pengiriman bagi warga daerah Serang, Banten. sebagai salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam aktifitas e-commerce dan penggunaan Digital Payment. Dengan adanya perubahan perilaku konsumen ini, pengusaha serta mitra agen JNE di daerah tersebut dihadapkan di tantangan baru dalam menjaga dan meningkatkan penjualan mereka.

Dengan pergeseran arus utama moda komunikasi interaktif yang berdampak pada acara melakukan penjualan. berikut ini beberapa dampaknya di kerja penjualan personal dari Hase (Hase & Bush, 2018 :5). berbagai pelaku ekonomi dari seluruh dunia bertransaksi lebih simpel dan cepat dengan menggunakan teknologi. kini, penjualan produk dapat dilakukan melalui jaringan internet, atau yang disebut e-commerce. Kehadiran e-commerce berdampak besar di kehidupan Sserta gaya hidup masyarakat, termasuk menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat untuk memulai usaha secara perorangan.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 2022, Hasil survei menunjukkan jumlah usaha e-commerce di Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 2.868.176 usaha. Sementara itu di tahun sebelumnya yaitu tahun 2020, usaha e-commerce di Indonesia sebanyak 2.361.423 usaha. Sampai dengan Desember 2021 32,23% Usaha Melakukan e-commerce (data berdasarkan hasil listing, bukan estimasi nasional).

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa dikenal sebagai JNE merupakan salah satu perusahaan ekspedisi barang terbesar di Indonesia, berkat jaringan dan jangkauan area distribusinya yang mencakup lebih dari 83.000 kota, termasuk kabupaten, desa, dan pulau terluar, dengan gerai penjualan berjumlah lebih dari 8.000 titik dan mepekerjakan lebih dari 50.000 karyawan di seluruh Indonesia. `Berdiri pada tanggal 26 November Tahun 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penangan kegiatan kepabeian/impor kiriman barang/dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia.

METHOD

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan dua variabel independen yaitu digital payemt dan e-commerce serta satu variabel dependen yaitu pendapatan.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan melalui wawancara dan *google form* ke pemilik agen kemitraan JNE di kota Serang yang sudah menggunakan *Digital Payment* dan *ecommerce*. Penelitian ini mebagikan sebanyak 100 kuesiner sesuai data costemer kemitraan agen JNE Royal di kota Serang.

RESULTS AND DISCUSSION

Penelitian ini melibatkan 100 orang responden, dari 100 responden 67% responden Perempuan dan 33% responden laki-laki, serta usia 17-35 tahun sebanyak 64% dan usia diatas 35 tahun sebanyak 36%. Mayoritas responden berpendidikan SMA 88% dan D3/S1 12% responden.

Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	r table	r hitung	Status
<i>Digital Payment</i> (X1)	X1.1	0.2565	0.817	Valid
	X1.2	0.2565	0.828	Valid
	X1.3	0.2565	0.838	Valid
	X1.4	0.2565	0.833	Valid
<i>E-commerce</i> (X2)	X2.1	0.2565	0.762	Valid
	X2.2	0.2565	0.741	Valid
	X2.3	0.2565	0.647	Valid
	X2.4	0.2565	0.638	Valid
	X2.5	0.2565	0.734	Valid
Pendapatan (Y)	Y.1	0.2565	0.842	Valid
	Y.2	0.2565	0.830	Valid
	Y.3	0.2565	0.849	Valid
	Y.4	0.2565	0.835	Valid
	Y.5	0.2565	0.798	Valid

(Sumber : Data diolah, 2024)

Diketahui bahwa nilai r hitung di setiap item pertanyaan lebih besar dari nilai r table, maka item pertanyaan *Digital Payment* (X1), *E-commerce* (X2) dan pendapatan (Y) dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronch alpha	Batas	Keputusan
1	<i>Digital Payment</i>	0.848	0,60	Reliabel
2	<i>E-commerce</i>	0.743	0,60	Reliabel
3	Pendapatan	0.888	0,60	Reliabel

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan table diatas, bahwa nilai cronbach's alpha lebih dari 0,60 sehingga semua pernyataan dari variabel X1 (*Digital Payment*), X2 (*E-commerce*) dan Y (Pendapatan) dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,39962476
MostExtreme	Absolute	,051
Differences	Positive	,051
	Negative	-,045
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di ketahui bahwa data residual terstandarisasi memiliki nilai signifikan. Asymp Sig, (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal yaitu sebesar $0,200 > 0,05$.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>Digital Payment</i>	,975	1,026

<i>E-commerce</i>	,975	1,026
-------------------	------	-------

a. Dependent Variable: Pendapatan

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas di ketahui nilai tolerance *Digital Payment* dan *E-commerce* terhadap pendapatan yaitu sebesar $0,975 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,026 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa *Digital Payment* dan *E-commerce* terhadap pendapatan dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,554 ^a	,307	,292	3,43449	1,518

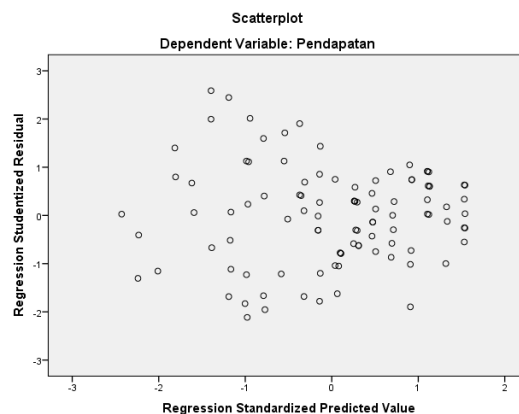
a. Predictors: (Constant), Penjualan *E-commerce*, *Digital Payment*

b. Dependent Variable: Pendapatan

(Sumber : Data diolah, 2024)

Nilai Durbin-watson (dw) sebesar 1,518 pembanding menggunakan nilai sigifikan 5%, jumlah sampel 100 (n), dan jumlah variabel independent 2 (k=2), maka di tabel Durbin Watson akan didapat nilai dL sebesar 1,6337 dan dU sebesar 1,7152. Karena nilai DW 1,518 lebih besar dari batas atas (dU) 1,7152 dan kurang dari $4 - 1,7152$ (2,28), maka dapat disimpulkan bahwa tidak tedapat autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas di ketahui bahwa gambar tidak berpola. Jadi dalam uji heterokedastisitas tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,438	2,312		1,919	,058
Digital Payment	,482	,111	,373	4,356	,000
Penjualan E-commerce	,463	,112	,354	4,132	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan

(Sumber : Data diolah, 2024)

Hasil uji regresi linier berganda menyatakan bahwa persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 4,438 + 0,482X_1 + 0,463X_2$$

Dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda pada data primer diatas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Jika Digital Payment (X1) dan Penjualan E-commerce (X2) dianggap konstan maka Pendapatan (Y) sebesar 4,438.
2. Jika Digital Payment (X1) naik satu satuan dan Penjualan E-commerce (X2) dianggap konstan, maka Pendapatan (Y) akan naik sebesar 0,482.
3. Jika Penjualan E-commerce (X2) naik satu satuan dan Digital Payment (X1) dianggap konstan, maka nilai Pendapatan (Y) akan naik sebesar 0,463.

Hasil Uji Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,554 ^a	,307	,292	3,43449

a. Predictors: (Constant), Penjualan E-commerce, Digital Payment

b. Dependent Variable: Pendapatan

(Sumber : Data diolah, 2024)

Hasil uji korelasi berganda menyatakan bahwa interpretasi nilai R adalah 0,554 berada di antara interval 0,400 – 0,599, sehingga koefisien korelasi antara Digital Payment dan Penjualan E-commerce terhadap Pendapatan memiliki tingkat korelasi yang Sedang.

Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,438	2,312		1,919	,058
<i>Digital Payment</i>	,482	,111	,373	4,356	,000
Penjualan <i>E-commerce</i>	,463	,112	,354	4,132	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada uji t menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel antara *Digital Payment* (X1) terhadap pendapatan (Y), dan nilai t hitung $4,356 > 2,627$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *Digital Payment* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan secara signifikan.

Sedangkan pada uji t *e-commerce* terhadap pendapatan menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel antara *e-commerce* (X2) terhadap pendapatan (Y), dan nilai t hitung $4,132 > 2,627$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan secara signifikan.

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	505,813	2	252,906	21,440	,000 ^b
Residual	1144,187	97	11,796		
Total	1650,000	99			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Penjualan *E-commerce*, *Digital Payment*

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan hasil uji F antara *Digital Payment* (X1) dan *e-commerce* (X2) terhadap peningkatan penjualan (Y) terdapat nilai F hitung $21,440 > 3,090$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya *Digital Payment* dan *E-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,554 ^a	,307	,292	3,43449

a. Predictors: (Constant), Penjualan *E-commerce*, *Digital Payment*

b. Dependent Variable: Pendapatan

(Sumber : Data diolah, 2024)

Hasil uji KD dapat diketahui bahwa koefisiensi determinasi (*adjuste R square*) yang diperoleh sebesar 0.307. Hal ini berarti 30.7% pendapatan dipengaruhi oleh variabel *Digital Payment* dan *e-commerce* dan sisanya 69.3 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilakukan penelitian

Pengaruh *Digital Payment* terhadap Pendapatan

Dilihat dari hasil uji t dimana *Digital Payment* berpengaruh terhadap pendapatan yang menyatakan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dengan hasil sebesar $(4,356 > 2,627)$ maka dapat di artikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Digital Payment* berpengaruh terhadap pendapatan di Agen Kemitraan JNE Royal Kota Serang.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Natalya Puspawangi Nurhanifah, Sungkono (2024)

Pengaruh *E-commerce* Terhadap Pendapatan

Dilihat dari hasil uji t dimana *E-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan yang menyatakan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dengan hasil sebesar $(4,132 > 2,627)$ maka dapat di artikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan di Agen Kemitraan JNE Royal Kota Serang.

Pengaruh *Digital Payment* dan *E-commerce* secara bersama-sama terhadap Pendapatan

Diketahui bahwa terdapat pengaruh penggunaan *Digital Payment* dan *e-commerce* secara Bersama-sama terhadap pendapatan pada Agen Kemitraan JNE Royal Kota Serang. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil perhitungan uji f yang menunjukkan nilai f hitung lebih besar dari f tabel, dengan hasil sebesar $(21,440 > 3,090)$. Maka dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Digital Payment* dan *e-commerce* secara Bersama-sama terhadap pendapatan di Agen Kemitraan JNE Royal Kota Serang. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lienta Mutiara Sivadiyanti (2023)

Tabel Matrik Konsistensi Penelitian

Nama Peneliti	Judul Skripsi	Instansi	Hasil Penelitian	Konsistensi Hasil Penelitian
Natalya Puspawangi Nurhanifah (2024)	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM di TelukJambe Timur	Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Penggunaan <i>Digital payment</i> meningkatkan efisiensi, keamanan dan kemudahan dalam transaksi keuangan.	<i>Digital Payment</i> memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM di telukjambe Timur.
Lienta Mutiara Sivadiyanti (2023)	Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Tanaman Hias Desa Sidodadi Pekalongan Menurut Perspektif Marketing Syariah	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Program studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Penggunaan teknologi terbaru seperti <i>shopee</i> membawa dampak yang baik untuk para penjual.	Terdapat <i>E-Commerce</i> memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Tanaman Hias Desa Sidodadi.
Ananda Nur Safrida (2023)	Pengaruh <i>E-commerce, Digital Payment, dan Sistem Informasi Akuntansi</i>	Universitas Semarang, Program studi Akutansi, Fakultas Ekonomi	<i>E-Commerce</i> Perbengaruh terhadap Pengambilan keputusan berwirausaha,	Terdapat Pengaruh yang signifikan antara <i>E-Commerce</i> terhadap keputusan

Nama Peneliti	Judul Skripsi	Instansi	Hasil Penelitian	Konsistensi Hasil Penelitian
	terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha		Sedangkan <i>Digital Payment</i> tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.	berwirausaha

CONCLUSION

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Digital Payment* dan *E-Commerce* terhadap pendapatan di Agen Kemitraan JNE Royal Kota Serang menggunakan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa *Digital Payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan secara parsial (thitung 4,356 > ttabel 2,627). Dan *E-Commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan (thitung 4,132 > ttabel 2,627). Secara simultan, kedua variable tersebut mempengaruhi pendapatan (fhitung 21,440 > ftabel 3,090). Hasil ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari *Digital Payment* dan *E-Commerce* sangat penting untuk meningkatkan pendapatan. Penelitian ini memberikan beberapa saran penting bagi Perusahaan dan peneliti selanjutnya. Untuk perusahaan, Pengurangan Biaya Operasional: Digital Payment biasanya mengurangi kebutuhan akan transaksi tunai, yang berpotensi menurunkan biaya operasional seperti pengelolaan uang fisik dan meningkatkan efisiensi operasional. Loyalitas dan Kerjasama Jangka Panjang: Studi ini bisa mengeksplorasi bagaimana integrasi teknologi seperti Digital Payment dan peningkatan penjualan e-commerce membangun hubungan jangka panjang antara mitra agen JNE dan pelanggan. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan landasan dengan menambahkan variabel yang relevan serta menggunakan metode yang lebih beragam, seperti wawancara. Disarankan juga untuk memperluas literatur dan meningkatkan jumlah responden guna meningkatkan validitas hasil penelitian.

REFERENCES

- Amelia Putri, et.al (2021) “*Pemanfaatan Aplikasi Toko Online Terhadap Kebuthan Konsumen Selama Pandemi Covid19*”, Jurnal umum-PE, Vol.9,2021,hlm2
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Astin Naomi Saekoko, Antonio E.L Nyoko, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Uninvestias Nusa Candana*”. Jurnal Management, Vol 11. No 1, 2020, hlm 52.
- BPS : “Statistik *E-commerce* 2022”
- Chaffey,et.al. “*Digital Marketing Strategy, Implementation and practice*”(New York : Pearson Education, 2019), hlm 8.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dedi Purwana, Rahmi, dan Shandy Aditya, “*Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit*”, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat
- Gupta, A., & Agarwal, M. (2018). The role of *e-commerce* in shaping the future of logistics: A case study analysis. *Journal of Supply Chain Management, Logistics and Procurement*, 1(2), 159-176.
- <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html>
- Iskandar, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin di Kota Langsa “, *Jurnal Samudera Ekonomika*, Vol 1, No 2, 2017,
- JNE “Profil Perusahaan” <https://jne.co.id/profil-perusahaan>
- Kominfo, “Badan Penelitian dan Pengembangan SDM” Puslitbang Aptika dan IKP: 2019 <https://balitbangsdm.kominfo.go.id>
- Laudon, K., Traver, C. *E-Commerce : business, technology, society* (Prentice Hall Higher Education, 2009).
- Li, Y., Huang, X., & Jin, Z (2016). The impact of digital payment on *e-commerce* : Evidence form cross-country analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 19, 44-53.
- Neuman, W. L. (2017). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (8th ed.). Boston: Pearson Education.

- Nurlaili Hanu, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan PedagangKaki Lima di Kota Kuala Simpang”, *Jurnal Samudera Ekonomika*, Vol 1, No 1, 2017, hlm 76.
- Puspita, Y. C. (2019). Penggunaan *Digital Payment* Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- SoloPos Bisnis, “E-commerce Tumbuh Pesat, UMKM Milenial Mendominasi” <https://bisnis.solopos.com/e-commerce-tumbuh-pesat-umkm-milenial-mendominasi-1536608>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- WAdnan, op.cit. “ *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morniaga di Kota.*