

## Daftar pustaka

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Aini Qurratul, O. F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159. <https://doi.org/10.31849/JIEB.V17I2.3845>
- Anas Sudjiono, (2019), Pengantar Evaluasi Pendidikan, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraeni, M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran Selama Pandemi Covid-19 Dengan Kemampuan Inovasi Dan Kemampuan Branding (Studi Pada Pelaku Umkm Yang Menggunakan Media Sosial). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 752–767.
- Arifa, A., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Bank Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aryani, Menik, (2021), Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Visionary*, 4 (1).
- Assauri, S. (2018), Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi), Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, & Fauziyah Lamaya. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019), *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (7th ed.), Pearson.
- Chasanah (2015). Pemasaran Sosial. Yogyakarta: Deepublish.
- Christopher, M., dan Peck, H, (2014), *Marketing Logistic (Edisi 2)*, Oxford: Butterworth Heinemann.
- Chowwen, C. O., & Samson Babalola, S. (2016). *The Influence Of Gender And Operational Locality On Entrepreneurial Knowledge And Business Performance. Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 6(2), 14–20.
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat) Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 02).
- Danang, Sunyoto. (2014). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.

- Elwisam, & Lestari Rahayu. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(2), 277–286. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01), 1–15.
- Fajar Akhmad, Syam Agus, Rahmatullah, Rakib Muhammad, & TahirThamrin Tahir. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirusaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies*, 1(2), 34–43.
- 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. <http://bisnisan.nusaputra.ac.id>.
- Ghozali Imam, & Latan. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Yogyakarta: BPFE.
- Giantari, I. G. A. K., Yasa, N. N. K., Suprasto, H. B., & Rahmayanti, P. L. D. (2022). *The role of digital marketing in mediating the effect of the COVID-19 pandemic and the intensity of competition on business performance. International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 217–232. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.006>
- Griffin, Ricky W., and Moorhead, Gregory., (2014), *Management, South-Western: Cengage Learning*.
- Gulati, R., Mayo, A. J., & Nohria, N. (2017), *Management: an integrated approach*, Boston: MA Cengage Learning.
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2020). Strategi Pengembangan Digital Marketing, Orientasi Ekuitas Merk, Marketing Intermediaris dan Kinerja Pemasaran di Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 163–170. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1065>
- Hair, et al, (2014), *Multivariate Data Analysis*, New International Edition., New Jersey: Pearson.
- Hintze, Stephanie, (2015), *Value Chain Marketing*, Springer: London.
- Indahsari, L., & Puspitowati, I. (2021). Indahsari dan Puspitowati: Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri, Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume III No. 1/2021 Hal: 267-276 267. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 267–276.
- Iskandar, dkk. (2018). Kinerja Pemasaran. Vol.15, Januari - Juni 2018, 64-74.

- Isma Teguh Wijaksana, Giatman M., & Nazar E. (2021). Studi Literature: Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 59–67. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.168>
- Kesi Widjajanti, (2016). Strategi Pengembangan Kinerja Pemasaran Melalui Human Capital dan Social Capital Dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(1), 95-108.
- Khamaludin, Syam, S., Rismaningsih, F., Lusiani, Arlianti, L., Herlani, A. F., Fahlevi, M., Rahmadi, R., Windyadari, V. S., & Widiyatun, F. (2021). *The influence of social media marketing, product innovation and market orientation on indonesian smes marketing performance. International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 9–16. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.11.002>
- Kurnia, D., & Furqon, C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha. *Promosi: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 6(2).
- Mahmuda, Juli Ratnawajib, & Mila Sartikac. (2020). Pengaruh Kemampuan Inovasi dan Pengembangan Produk Baru Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Batik. *Jurnal Internasional Inovasi, Kreativitas, Dan Perubahan*, 13(8), 251–269. <https://doi.org/10.17512/pjms.2017.15.2.12>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: An Applied Approach*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Malik Sain Abdul. (2015). Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UKM Batik Jumputan di Yogyakarta).
- Margono. (2017). *Metodologi Penelitian Pendidikan*: PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (2021). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)*, 2(1), 780–789. <https://publishing-widyagama.ac.id/ejournal v2/index.php/WNCEB>.
- Mustofa, M. A, (2014), "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, *Self Efficacy*, dan Karakter Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha", Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nasir, S. (2018). *The Influence Of Product Innovation Toward Marketing*. Vol. 5 No.1, 21-25.
- Odoom, R. & Mensah, P. (2018). *Branding capabilities and SME performance in an emerging market: The moderating effect of brand regulations. Marketing Intelligence & Planning*, 35(4), 473–487
- Purbohastuti, & Arum Wahyuni. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).

- Rachmawati, H., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 10(1), 56–67. <https://doi.org/10.3360/ejpe.v10i1.6236>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Jurnal Studi Manajemen*, 16(1), 70–77.
- Rozaq Khoirur. (2014). Anteseden Perilaku Berbagi Pengetahuan Dan Pengaruhnya Pada Kemampuan Inovasi Perusahaan. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 14(1), 77–92.
- Santoso, D., & Sadewisasi, W. (2019). Pola Peningkatan Kinerja Bisnis Ukm Melalui Modal Sosial Dan Modal Manusia Dengan Kebijakan Pemerintah Sebagai Moderating. *Dinamika Sosial Budaya*, 21(2), 152–171. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sari, N. (2013). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam. *Media Syari'ah: Wahana Kajian Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 14(2), 199–212. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/medsyar/article/view/1876>
- Sarif, H., & Murwatiningsih. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Pengetahuan Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Kapabilitas Pemasaran Pada Umkm Lanting Di Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen. *Jurnal Analisis Manajemen*, 7(1), 98–109. <http://maj.unnes.ac.id>
- Sawicki, Artur, (2020), *Digital Marketing*. *World Scientific News*, 10(1), 10-16.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2016) Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Membangun Keterampilan. Edisi ke-7, Wiley & Sons, Sussex Barat.
- Senduk, R. S., Morasa, J., & Tangkuman, S. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA*, 11(3), 431–441.
- Sidi, A. P., Yogatama, A. N., Penulis, N., Agus, :, & Sidi, P. (2019). *Mediasi Intellectual Capital* atas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran *IQTISHODUNA*, 15 (2), 129–152. <https://doi.org/10.18860/IQ.V15I2.7592>.
- Sillin. (2022). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Adaptasi Teknologi Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Produk Makanan Di Kota Pontianak. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(8), 93–108.

- Soave, D., Marbun, N., & Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung, 1*(1), 130–142.
- Soenarto, Darno, & Mitha Otik. (2018). Pengaruh Kewirausahaan, Inovasi & Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Wedges. *Ecopreneur, 1*(1), 8–13.
- Sugiyarti G., Ardyan E., (2017). *The influence of e-CRM capability and coinformation sharing activity on product competitiveness and marketing performance of small and medium-sized enterprises. Int. J. Electronic Customer Relationship Management*, Vol. 11, No. 2.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sukatmadiredja, N. R. (2017). Analisa Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen), 2*(1), 15 Halaman-15 Halaman. <https://doi.org/10.30736/JPIM.V2I1.45>
- Suryana, (2014), Kewirausahaan, kiat & Proses Menuju Sukses, Jakarta: Salemba Empat.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). Metode riset kuantitatif teori dan aplikasi pada penelitian bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Tanjung Bahdin Nur. (2020). *Human Resources (HR) In Education Management. Budapest International Research and Critics in Linguistics and Education (BirLE) Journal, 3*(2), 1240–1249. <https://doi.org/10.33258/birle.v3i2.1056>
- Tjiptono (2017), Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 2), Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Utami, H. N., Fauzi, I., & Firdaus, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica, 2*(1). [www.kebunbibit.id](http://www.kebunbibit.id).
- Wang, X., & Dass, M, (2017), *Building innovation capability: The role of top management innovativeness and relative-exploration orientation*, *Journal of Business Research, 76*, 127-135.
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 13*(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69–77>
- YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2020). *Innovation Capabilities, Innovation Types, and Firm Performance: Evidence From the Banking Sector of Ghana. Journals Sage Open, 10*(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020920892>