

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., Ali, A., Arifin, S., & Roosdhani, M. R. (2024). *Improving Marketing Performance with Marketing Capability: Service Dominant Logic B2B Export Furniture*, 123–134.
- Aliami, S., Hakimah, E. N., Ayu, D., & Fauji, S. (2018). Dampak Pengembangan Pemasaran Digital pada Startup (Studi Kasus pada Wirausaha Baru), 3(1), 73–87.
- Anggraini, W. A., & Graciafernandy, M. A. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Promosi *Online* Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner. *Prosiding Nasional 2023 Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*, 459–468. Retrieved from <https://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/3419%0Ahttps://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/download/3419/2494>
- Arief Nugroho Wibowo, I. P. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM, 1(4), 2278–2286.
- Arumsari, N. R., & Lailiyah, N. (2025). Peran Digital *Marketing* dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang, 11(1), 92–101.
- Assauri. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, & Strategi)*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Astra, C., Kurniahardja, A., Virginia, C. M., & Andrian, T. (2022). *The Influence of Digital Business Strategy , Mental Accounting , and Growth Mindset on*

MSMEs Business Performance, 3051–3061.

Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). *Exploring digital marketing resources , capabilities and market performance of small to medium agro-processors . A conceptual model .*, 14(2), 1–14.

Chaffey, E. C. (2016). *Digital Marketing Pearson Education*. (6th ed.) Pearson Education.

Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). *Exploring digital marketing resources , capabilities and market performance of small to medium agro-processors . A conceptual model .*, 14(2), 1–14.

Deepak, R. K. (2019). *Marketing Management*. Educreation Publishing.

Dina, U. K. M., Ntobo, K., & Afriyani, Y. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada, 3(1), 79–90.

Efendi, F., & Susanto, P. (2021). Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha, 3(2017), 1–7.

Ejrami, M., Salehi, N., & Ahmadian, S. (2016). *The Effect of Marketing Capabilities on Competitive Advantage and Performance with Moderating Role of Risk Management in Importation Companies. Procedia Economics and Finance*, 36(16), 22–28. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30012-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30012-0)

Elim, Y. V., Nugraha, M., Umar, Z., & Modena, A. R. (2024). Dampak Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Kupang Pada Masa Pandemi Covid-19, 17(1), 97–110.

Fachrunnisa, Z. H., Mustaghfiroh, M., & Putri, A. Z. (2022). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 383–398. <https://doi.org/10.54259/mudima.v2i1.383>

- Fadilasari, M. (2025). Peningkatan *Business Performance* Melalui *Marketing Capability*, *Entrepreneurship Orientation*, dan *Competitive Advantage* Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Pati, 05, 525–533.
- Fanani, A. S., & Feranita, N. V. (2024). Analisis Kinerja UMKM Sektor Produksi : Temuan dari Kabupaten Jember kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia menurut Kementerian Koordinator Bidang Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Provinsi Jawa Timur disebutkan bahwa Kabupaten Jember h. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 9(2), 179–188. Retrieved from https://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/2027/629
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Muhammadiyah University of Surabaya.
- Gemina, D., & Ginanjar, A. (2019). Kinerja Usaha Miro Kecil Menengah Makanan Kabupaten Cianjur Berbasis Komitmen, Kompetensi Dan Motivasi Usaha. *Jurnal Visionida*, 5(2), 1. <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i2.2201>
- Guntara, A. A., & Yasa, N. N. K. (2024). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Inovasi Bisnis dan Promosi Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 200–208. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i2.85266>
- Guo, H., Xu, H., Tang, C., Liu-thompkins, Y., & Guo, Z. (2018). *Comparing the impact of different marketing capabilities : Empirical evidence from B2B firms in China* ☆, (April). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.010>
- Halangi, R. (2024). Pengaruh Promosi *Online* Dan Biaya Kuliah Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Memilih Institusi Pendidikan

- Tinggi Swasta (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Journal of Management and Business*, 62–70. <https://doi.org/10.65344/mass.v1i2.5>
- Hansen, D. R. (2005). *Management Accounting. Sixth Edition*.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar , kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM, 6(1), 67–82.
- Haryono Tulus, S. M. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing, (7), 51–68.
- Hasibuan & Melayu, S. P. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heng, L., & Afifah, N. (2020). *Entrepreneurial Orientation for Enhancement of Marketing Performance*, 10(3), 46–53.
- Hutabarat, M. &. (2016). *Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Indra Perdana Putra Mawu, Silvy L Mandey, H. N. T. (2016). *The Analysis Effect Of Marketing Knowledge Competence and Entrepreneurship Orientation Towards Marketing Capabilities and Marketing Performance (Study At Industrial Entrepreneur Wooden House City Of Tomohon)*, 4(3), 173–183.
- Joanna, M. (2021). *Digital Transformation and Marketing Activities in Small and Medium-Sized Enterprises*.
- John.W, C. (2019). *Research Design Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (Pustaka Pe).
- Komaryatin, N., Arifin, S., & Huda, N. (2025). *Exploring Marketing Knowledge ,*

- Entrepreneurial Orientation , and Product Innovation on Marketing Performance of Pastry MSME*, (February 2024), 1–12.
- Kotler, P. &. (2016). *Manajemen Pemasaran* . edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks .
- Kyengo, J. M., Muathe, S. M. A., & Kinyua, G. M. (2019). *Marketing Capability and Firm Performance: An Empirical Analysis Of Food Processing Firms In Nairobi City Country, Kenya*.
- Langkah, S., & Pembangunan, A. (2024). 1 , 2 1 2, 1(1), 46–52.
- Liang, Z. (2025). *The Impact of Digital Marketing Capability on Firm Performance : Empirical Evidence from Chinese Listed Manufacturing Firms*.
- Liu, G, Eng, T-Y & Takeda, S. (2015). *An Investigation of Marketing Capabilities and Social Enterprise Performance in the UK and Japan*, 39(2), 267–298.
<https://doi.org/10.1111/etap.12041>
- Mahaitin H Sinaga, Sri Martina, D. P. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Simalungun, 6(1), 151–160.
- Mallik, D. M. A. (2017). *Impact of Digital Marketing on Youth Buying Behavior at Big Bazaar in Udupi*, 3(08), 78–87.
- Mohammad Hoiron, Edy Wahyudi, Z. P. (2018). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Keunggulan Bersaing dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Kabupaten Lumajang, 18(1), 37–53.
- Muhamad Desky Alkachvi, T. H. (2010). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung, 1–14.

- Mulyanto, D., Budi, A. P., Surakarta, P. I., Surakarta, K. L., & Tengah, J. (2025). Penerapan Pemasaran Digital dan Kinerja UMKM: Dukungan Faktor Lingkungan Internal , *14*(2), 301–313.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan.
- Nyoman Darma Wibawa, Ni Made Ary Widiastini, N. L. W. S. T. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dalam Memediasi *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Di Kabupaten Buleleng, *5*(2), 8331–8345.
- Palacios-marqués, D., Guijarro, M., Martí, M., Pilar, M., & Mari, A. (2019). *Social entrepreneurship and organizational performance : A study of the mediating role of distinctive competencies in marketing. Journal of Business Research, 101*(June 2018), 426–432. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.004>
- Palupi, O., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *8*, 46348–46351.
- Porter, M. E. (2010). *Competitive Strategy The Free Press* . New York .
- Purmono, B. B. (2023). *Does Innovation Capability and Technology Capabilities Affect The Marketing Performance Of Smes In Indonesia ?*, *12*(03), 214–229.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama .
- Rizki, I. E., Balkis, A. P., Syahyono, S., Safitri, A., & Saputra, F. A. (2025). Model Hubungan Antara *Market Orientation* dan *Promotion* Terhadap *Business Performance* UMKM Seblak di Bekasi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *4*(3), 5888–5902. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i3.8678>

- Robbins, S. P. (2016). *Management*. Volume 1 Edition 13. Translated by: Bob Sabran and Devri Bardani P. Erlangga, Jakarta.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM, 9(2), 109–120.
- Roza, E. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya, 195–207.
- Rundh, B. (2005). *The Multi-Faceted Dimansion of Packaging*. British Food.
- Santika, D. (2021). Strategi Keunggulan Layanan, Kapabilitas Inovasi dan Daya Tarik Promosi dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Sektor Kuliner Selama Pandemi di Kota Pontianak (Studi Kasus pada Usaha Café dan Restoran di Kota Pontianak), 12(1), 6.
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawara.
- Sjahruddin, H., Qarinah, A., Razak, N., & Pascawati, P. N. S. (2022). Pengaruh Promosi *Online* Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ayam Pedaging. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1037–1047. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n4.p1037-1047>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran dan Pemasaran* . Jasa Cetakan ke 3. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, B. E. (2024). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi lewat KUR dan Insentif UMKM. Retrieved from <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorongpertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentif-umkm.html%0A>
- Sussanti, Damayanti, V. K., & Amin, M. (2024). Penerapan Pemasaran Digital

- Sebagai Media Promosi. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 288–295. Retrieved from <https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/3278/3188>
- Syahputra, H. A. (2020). Peran inovasi produk dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sepatu nike pada pengunjung outlet nike di tunjungan plaza surabaya, 8(2014), 1–9.
- Taufiq, M., Prihatni, R., Gurendrawati, E., & Jakarta, U. N. (2020). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk , 1(2), 204–220.
- Terry, G. R. (2021). *Management Fundamentals . Revised Edition*. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. d. (2005). *Total Quality Management*. Edisi Revisi Yogyakarta.
- Tooksoon, P., & Mohamad, O. (2016). *Marketing Capability and Export Performance: the Moderating Effect of Export Dependence. The South East Asian Journal of Management*, 4(1). <https://doi.org/10.21002/seam.v4i1.5630>
- Tzokas. (2001). *Marketing and Entrepreneurial Orientation in Small Firms Enterprise and Innovation Management Studies*.
- Wirantasa, U. (2017). Pengaruh Kedisiplinan Siswa Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 7(1), 83–95. <https://doi.org/10.30998/formatif.v7i1.1272>
- Yolanda, C., Hasanah, U., Tjut, U., Dhien, N., Studi, P., Pembangunan, E., ... Manajemen, P. S. (2024). 2830-7690 peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia 1, 2(3), 170–186.
- Yolanda, V., Hardilawati, W. L., Hastuti, D., Riau, U. M., Digital, P., Dan, M., ... Kewirausahaan, O. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Orientasi, 3(1), 298–306.

- Yulianto, W., & Nuvriasari, A. (2025). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Orientasi Pasar, dan Networking Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik di Yogyakarta. *Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 2(1), 311–322. <https://doi.org/10.57235/hemat.v2i1.5046>
- Zafar Shidiq Al Atsari, Lili Karmela Fitriani, D. D. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing, 3(2), 119–134.
- Zulfa, C., Sya, N., & Fauziah, N. R. (2024). Keberhasilan Usaha Berdasarkan Digital Marketing , Kreativitas , dan Inovasi pada UMKM Konveksi di Kabupaten Bogor, 4, 7813–7830.

