

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R. (2015). Pengaruh Kepemilikan Saham dan Kinerja Keuangan terhadap Pengukuran Internet Financial Reporting (IFR) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013). *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 20–39.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Vol. 22). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adiman, S., & Miftha, R. (2020). Pengaruh Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 terhadap Peningkatan Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). *Jurnal Perpajakan*, 1(2), 68–82.
- Agustina, T. S. (2019). Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0. *Jakarta*.
- Anjaningrum, W. D. (2020). Efektivitas Digital Marketing dan Networks dalam Mendongkrak Kinerja Pemasaran UKM di Masa Pandemi Covid-19. *SENABISMA: Seminar Nasional Administrasi Bisnis dan Manajemen*, 6(7), 50–61.
- Arief, A., SE, & Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Eks Lokalisasi Dolly. *Jurnal Studi Bisnis dan Administrasi*, 2(2), 1–9.
- Arif, A. L., & Widodo. (2011). Model Peningkatan Kinerja Pemasaran dalam Konteks Adaptabilitas Lingkungan. *Analisis Manajemen*, 5(1), 30–44.
- Arumsari, N. R., & Marka, M. M. (2018). Strategy Competitive Advantages through Marketing Performance. *Kinerja Journal of Business and Economics*, 22(2), 168–185.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 27–38.
- Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. (Effect of Market Orientation and Customer Value on Marketing Performance of Lion Airlines Corporation). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–14.
- Darmanto, S. W. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish.
- Davis, P. S., Babakus, E., Englis, P. D., & Pett, T. (2010). The Influence of CEO Gender on Market Orientation and Performance in Service Small and Medium-Sized Service Businesses. *Journal of Small Business Management*, 48(4), 475–496.

- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Digital Marketing pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Dhewanto, W., Mulyaningsih, H. D., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Ameka, I. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Penerbit Andi.
- Fadhilah, L. S. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Umkm di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)*. IAIN Purwokerto.
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System, terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), 104.
- Ferdinand, A. (2005). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi Research Paper Series No. 1*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Harianti, A., Veronica, S., Setiawan, S., & Iskandar, D. (2012). *Statistika II*. Yogyakarta: Andi.
- Hartono, J. (2011). Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis. *Yogyakarta: UPP STIM YKPN*.
- Hartono, J. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Edisi Ke-6)*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2015). *Pengaruh Intensitas Litbang Dan Pengelolaan Pesaing terhadap Kinerja Pemasaran dengan Inovasi Berbasis Green Product Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Industri Mebel Di Kabupaten Sragen)*. 1, 74.
- Hasbiadi, Puryantoro, Mpia, L., & Bulawan, J. A. (2021). Analisis Kinerja Pemasaran pada Industri Olahan Makanan di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Integra*, 3(2), 176–184.
- Hatta, I. H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4), 654–660.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Hidayah, N. (2011). Kesiapan Psikologis Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan Menghadapi Diversifikasi Pangan Pokok. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 8(1), 88.
- Hidayat, S., & Murwatiningsih, M. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Kapabilitas Pemasaran pada UMKM Lanting di Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen. *Management Analysis Journal*, 7(1), 98–109.
- Indarto, I., & Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 54.
- Kimathi, D. K., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMES in Kenya. *Journal of Marketing & Communication*, 2(1), 1–23.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Kurniawan, P. (2019). *Inovasi Produk Halaman Media Cetak: Studi Kasus Inovasi Produk Rubrik Remaja Zetizen Jawa Pos*. Universitas Gadjah Mada.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mahardika, R. (2007). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Penjualan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada Tenaga Penjual Perusahaan Distributor Convenience Product di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Manahera, M. M., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (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).
- Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174.
- Methasari, M., Kurniawan, G., & Sidik, A. R. (2018). Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran pada Umkm di Kabupaten Madiun. *Dinamika Governance*, 8(2).
- Moeheriono. (2014). *Pengukuran Kinerja. Berbasis Kompetensi*. Rajawali Pers.
- Muljono, R. K. (2018). Digital Marketing Concept. In *PT. Gramedia Pustaka Utama*.

- Murniati, M. P., Purnamasari, V., Ratnaningsih, S. D. A., Advensia, A., Sihombing, R. P., & Warastuti, Y. (2013). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Musigire, S. (2016). *Market orientation, strategic ambidexterity and sales performance of Uganda's financial services*. Makerere University.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif, teori dan aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nasution, A. A. (2014). Analisis Kinerja Pemasaran PT. Alfa SCORPH Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 1–14.
- Nurjaya, N., Affandi, A., Erlangga, H., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). The Effect of Product Promotion and Innovation Activities on Marketing Performance in Middle Small Micro Enterprises in Cianjur. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 528–540.
- Nursiah, A., & Haris, R. (2019). Perilaku Konsumsi Pangan. *UNM Environmental Journals*, 1(3), 72.
- Nuseir, M. T., & Aljumah, A. (2020). The role of digital marketing in business performance with the moderating effect of environment factors among SMEs of UAE. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 3, 310–324.
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan intellectual Capital dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112.
- Prakoso, B. (2005). Pengaruh orientasi pasar, inovasi dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing (Studi empiris pada industri manufaktur di Semarang). *Urnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO)*, Vol. 2 No.
- Prakoso, W. A. (2019). *Pembangunan Sistem Rekomendasi dalam Strategi Bisnis Umkm Berdasarkan Lokasi di Kota Bandung pada Platform Android*. Universitas Komputer Indonesia.
- Prapriani, Y. A., & Sugiarto, Y. (2014). Membangun Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Mebel di Kabupaten Jepara (Studi Kasus pada UMKM Mebel di Kabupaten Jepara). *Journal of Management*, 1(2337–3792), 1–12.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Putri, K. A. S., Warastri, R. M. G., Damayanti, B. P., & Febrianita, R. (2021). *Penerapan Strategi Branding Melalui Platform Digital untuk Menunjang*

- Penjualan Produk Umkm pada Masa Pandemi. X(X), 1–10.*
- Reguia, C. (2014). Product Innovation and the Competitive Advantage. *European Scientific Journal*, 1(June), 140–157.
- Rosiana, T. H. (2012). *Bauran Pemasaran* (Edisi 12 J). Jakarta: Erlangga.
- Salim, M., Saputra, F. E., Hayu, R. S., & Febliansa, M. R. (2020). Marketing Performance of Bread and Cake Small and Medium Business with Competitive Advantage as Moderating Variable. *Management Science Letters*.
- Saparinto, C., & Hidayati, D. (2006). *Bahan Tambahan Pangan*. Bumi Aksara.
- Soehadi, A. W. (2012). *A Value Creation Approach*. Prasetiya Mulya.
- Suendro, G. (2010). *Analisis pengaruh inovasi produk melalui kinerja pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan)*. Universitas Diponegoro.
- Sugiyarti, G. (2016). Analisis Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Batik di Provinsi Jawa Tengah. *Isbn: 978-979-3649-96-2*, 5(2), 643–650.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Tahu di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154–166.
- Syahbana, S. A. (2019). *Penerapan Digital Marketing pada Pelayanan Pelanggan di Eblie Stock Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es.
- Tanoko, H. (2010). Kontributor Kinerja Pemasaran dari Aspek Reward, Individu dan Kreativitas Strategi Pemasaran. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 1(2), 115–124.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi 2). CV. Andi offset.
- Ulya, Z. (2015). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Industri Kecil Pengolahan Pisang Sale di Kabupaten Aceh Timur-Aceh)*. Universitas Sumatera Utara.

- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(2), 77–87.
- Wahyudiono, W. (2010). Pengaruh Orientasi Pelanggan dan Orientasi Pesaing Terhadap Inovasi Pasar dan Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Makanan di Surabaya. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, Vol 14 No, 271–287.
- Winarta, S. S. (2019). *Pengaruh Internet Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Sinabung Hills Berastagi)*. Universitas Quality.
- Winer, Y. S. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Universitas Komputer Indonesia.
- Yamin, S. (2009). *Structural Equation Modeling: Analysis Technique Questionnaire Data with LISREL-PLS*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science And Business Administration*, 1(5), 69–80.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*. Salemba Empat.