

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Yulianto dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran dalam Perspektif: Memahami Perubahan*. UMUS Press.
- Ariyanto, A., & dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Udin Saripudin (ed.); Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/560444-manajemen-pemasaran-7b0153ac.pdf>
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol.20 No.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–.
- Calza, F., Cannavale, C., & Zohoorian Nadali, I. (2020). How do cultural values influence entrepreneurial behavior of nations? A behavioral reasoning approach. *International Business Review*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101725>
- Dewanti, R., Sugiyanto, & Rahmawati, A. (2021). Kapabilitas Pemasaran dan Dampaknya terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(2), 145–156.
- Erna, A. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Jumlah Konsumen Pada CV. Eriska Hantaran Lubuklinggau. *Majalah Ilmiah Manajemen*, Volume 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.58437/mim.v11i2>
- Fanreza, Akbar dan Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Food and Beverage di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, Vol 2 No.3.
- Ferdinand. (2015). *Manajemen Pemasaran: Sebuah pendekatan Strategi*. Research Paper series.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. T. (2000). *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik* (Research Papper Series).
- Fiona, F., Salim, M., Hadi, E. D., & Hayu, R. S. (2024). *Orientasi Kewirausahaan dan Kebijakan Pemerintah Mempengaruhi Pemasaran Digital Pada Kinerja UMKM di Indonesia*. Media Sains Indonesia.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grant, R. . (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California Management Review*, 135(3), 114–135.
- Hakim & Artopo, A. (2025). *Manajemen Pemasaran UMKM (Strategi Digital Marketing & Studi Kasus)*. Deepublish.
- Haryanti, S. S., dan Nursusila, L. (2016). *Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Kerajinan Gitar di Kabupaten Sukoharjo)*. 2 (1), 1–19.
- Humairoh, Suharyadi, & Taufik, E. R. (2021). Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed)*.
- Kotler, philip, dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kusumah, H. dan M. M. (2015). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Pasar pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal STIE Ekonomi*.
- Leisander, Indra dan Diah, D. (2017). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur*.
- Lestari, S. (2021). Kinerja Pemasaran Ditinjau dari Inovasi Produk dan Orientasi Pasar (Studi Kasus UMKM Kuliner yang Terdaftar di Rumah BUMN Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Lestira, T., Warganegara, P., & Ardila, K. (2023). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung*. 7(3), 647–653.
- Ma'atoofi A.R, & Tajeddini, K. (2010). Entrepreneurship orientation on learning orientation and innovation: A study of small-sized business firms in Iran. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1 (3):254.
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., Raintung, M. C. (2023). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening*.
- Merline, & Widjaja, O. H. (2022). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap keberhasilan ukm alumni dan mahasiswa universitas tarumanagara*. 04(02), 435–443.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>

- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Muhammad Razie Effendi, Rusydi Abubakar, N. B. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM di Kota Lhoksumawe dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Indonesia*. <https://ojs.unimal.ac.id/jmi/issue/view/675>
- Naninsih et al, . (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui *Digital Marketing*. *Journal of Management*, 5(2), 479–490).
- Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, Volume 5 N. <https://doi.org/https://doi.org/10.51544/jmm.v5i2.1614>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*. <https://doi.org/Jurnal> <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55> EMA
- Oktora, Y. S., & Hermawan, A. (2022). Effect Of Marketing Mix And Market Orientation On The Marketing Performance Of Pia Japanan Cake Business. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences*.
- Prabowo, A. W. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur*.
- Prasetyani, D. (2020). *Kewirausahaan Islami*. CV. Djiwa Amarta.
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Marketing Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 344–354. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/153>
- Rosmayani. (2021). *Kinerja Pemasaran Implementasi Pada Industri Kecil Berbasis Inovasi*. PUSTAKA AKSARA.
- Sanjayawati, H. (2025). *Inovasi Bisnis dan Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Sari, F. A. P. W., & Farida, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Umkm Kuningan Juwana Kabupaten Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28117>

- Soegoto, E. S. (2014). *Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung* (Edisi Revi). PT.Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Edisi 2). ALFABETA.
- Sukarno, G. (2018). *Peran Mass Customization dan Basic Market Orientasi dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. The 2nd National Conference UKWMS.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIR Press.
- Suprpto Estede, Rayie Tarianie Wiraguna, Erfina Rianty, Y., Agusdi, Muliawan Hamdani, G., Dyah Kusuma Ningrum, A., & Juansa, K. S. (2024). *Digital Marketing Specialist* (S. Nurhaliza (ed.)). PT. Star Digital Publishing.
- Syah, A. R., & Sugiyanto. (2025). *Pengaruh Pemasaran Digital , Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM*. 5(3), 26026–26037.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019).
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Wuryanto, N. H., Putri, P. L., & Slamet. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas Produk, Dan Inovasi Produk Pada Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Di Kabupaten Cilacap. *Journal of Law, Economics, and English*.
- Zafirah, D., Nurtjahjani, F., & Maskan, M. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1898>
- ANTARA News. (2024). *Kementerian UMKM sebut 65,5 juta UMKM serap 119 juta tenaga kerja*
<https://www.antaranews.com/berita/4968741/kementerian-umkm-sebut-655-juta-umkm-serap-119-juta-tenaga-kerja>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). *Kominfo targetkan 30 juta UMKM adopsi teknologi digital pada 2024*. Menpan.go.id.
<https://menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kominfo-targetkan-30-juta-umkm-adopsi-teknologi-digital-pada-2024>
- Kementerian BUMN. (2023). *Rumah BUMN: Program Pemberdayaan UMKM*. Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>