DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

Baker, M., & Hart, S. (2008). *The marketing book*. Routledge.

Bauer, H. H., Hammerschmidt, M., Raffée, H., & Stokburger, G. (2006). *Marketing Performance*. Wiesbaden: Gabler.

Brown, S., Bessant, J., & Jia, F. (2018). *Strategic operations management*. Routledge.

Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.

Farris, P. W., Bendle, N., Pfeifer, P., & Reibstein, D. (2021). *Marketing metrics: The manager's guide to measuring marketing performance*. FT press.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan).* Yogyakarta, CV Budi Utama.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. J. S. Y. P. (2016). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan ilmu Sosial Lainnya. Semarang: Yoga Pratama

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss*. Universitas Diponegoro.

Glenister, G. (2021). *Influencer Marketing Strategy: How to create successful influencer marketing*. Kogan Page Publishers.

Gowan, M., DeMarr, B. J., & David, J. (2022). *Human resource management: Managing employees for competitive advantage*. Sage Publications.

Helsper, E.J., Schneider, L.S., van Deursen, A.J.A.M., & van Laar, E. (2020). *The youth Digital Skills Indicator: Report on the conceptualisation and development of the ySKILLS digital skills measure*. KU Leuven, Leuven: ySKILLS.

Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Pearson.

Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif).* Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Monggilo, Z. Z., Kurnia, N., Wirawanda, Y., Presiana Devi, Y., Irma Sukmawati, A., Rosalyn Anwar, C., Wenerda, I., & Indra Astuti, S. (2021). *Cakap Bermedia Digital.* Kementerian Komunikasi dan Informatika, Japelidi, Siberkreasi.

Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., Hanifah, N., Miftahussururi, & Akbari, Q. S. (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital: Gerakan Literasi Nasional.* Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.

Reliantoro, S. (2012). *The Gold for Green*. East Jakarta: Kementrian Lingkungan Hidup.

Rosmayani, R. (2022). *Kinerja Pemasaran Implementasi Pada Industri Kecil Berbasis Inovasi.* Pustaka Aksara.

Spilka, R. (Ed.). (2009). *Digital literacy for technical communication: 21st century theory and practice*. Routledge.

b. Jurnal

Aditya, H. N. H., Nurmalasari, N., & Hendri, H. (2020). Success Analysis of Kitabisa Mobile Application Information System By Using Delone And Mclean Models: Analisa Kesuksesaan Sistem Informasi Aplikasi Mobile Kita Bisa Menggunakan Model DeLone dan McLean. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, *16*(1), 81-88.

Ahsani, E. L. F., Romadhoni, N. W., Layyiatussyifa, E. L., Ningsih, W. N. A., Lusiana, P., & Roichanah, N. N. (2021). Penguatan Literasi Digital dalam Pembelajaran di Sekolah Dasar Indonesia Den Haag. *Elementary School: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran ke-SD-an*, *8*(2), 228-236.

Amir, A., Sudibyo, A., & Hasanah, H. (2020). The influence of digital literacy on marketing performance: A case study in the property sector. *Journal of Marketing Management, 16*(2), 67-82.

Amzul, T. A. A., Purnomo, S. Y., Gunawan, L., Prihatni, A., Gunawan, L., & Daeli, H. P. D. (2024). Strategi manajemen inovasi dalam mempertahankan daya saing di pasar global. *Jurnal Tadbir Peradaban*, *4*(3), 475-482.

Anarizka, Vania, and Jaja Wilsa. 2023. Kemampuan Literasi Digital Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Pada Siswa SMA. *JIP: Jurnal Ilmu Pendidikan* 1(3):467–73.

Anggraini, N. (2021). Pengaruh Faktor Lingkungan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM di Lampung Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, *7*(2), 151-157.

Arif, D., Safitri, M. U., & Martah, V. (2023). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Transformasi Digital Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Peran Mediasi Perilaku Inovatif. *Accounting and Management Journal*, *7*(2), 35-47.

Astikarani, N. M. D., & Komang, Y. W. P. I. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif dan Inovatif untuk Menarik Konsumen UMKM. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, *3*(2), 133-147.

Aulia, R. N., & Harto, B. (2024). Membangun keterlibatan konsumen melalui strategi konten marketing dalam live streaming: Analisis kualitatif terhadap brand yang berhasil di Shopee. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(2), 5721-5736.

Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, *2*(2), 72-81.

Aziz, W. A. (2022, October). Digital marketing competencies as a factor in the success of e-commerce small businesses in international markets. In *2022 International Conference on Data Analytics for Business and Industry (ICDABI)* (pp. 402-411).

Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, *2*(1), 27-40.

Bhatti, S. H., Sumbal, M. S., Ahmed, A., & Golgeci, I. (2024). Digital strategy for firm performance-mediating role of digital platform capabilities and digital culture in manufacturing SMEs. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-15.

Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*, 1-11.

Cahyaningati, R., Lukiana, N., Wiyono, M. W., Kasno, K., Sholihin, M. R., & Juliasari, D. (2022). The effect of covid 19 on company performance in manufacturing companies in Indonesia. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, *5*(1), 175-187.

Cahyono, S., Harymawan, I., Djajadikerta, H. G., & Noman, A. H. M. (2024). Corporate business strategy, CEO's managerial ability, and environmental disclosure: The perspective of stakeholder theory. *Business Strategy and the Environment*, *33*(8), 8149-8189.

Chan, F. (2022). A study of social media influencers and impact on consumer buying behaviour in the United Kingdom. *International Journal of Business & Management Studies*, *3*(07), 2694-1449.

Cheah, J. H., Memon, M. A., Chuah, F., Ting, H., & Ramayah, T. (2018). Assessing reflective models in marketing research: A comparison between pls and plsc estimates. *International Journal of Business & Society*, 19(1).

Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, *2*(02), 83-93.

Detta, J. V., Hudzaifah, M. A., Tandiayuk, J., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Inovasi produk dan layanan sebagai strategi utama dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, *3*(01), 38-42.

Dobrilović, M., Ilić, M., Hadžić, A., & Šević, N. P. (2021, May). Female digital entrepreneurship and the development of digital entrepreneurial competences in the republic of Serbia. In *2021 Zooming Innovation in Consumer Technologies Conference (ZINC)* (pp. 117-122). IEEE.

Effendi, N. I., Harahap, D. F., Nelvia, R., & Marthika, L. D. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kabupaten Bungo. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, *1*(3), 469-480.

Elisnawati, E., Mas'ud, M., & Selong, A. (2023). Pengaruh Kompetensi Digital, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Bpsdm) Provinsi Sulawesi Selatan. *Journal on Education*, *5*(3), 8308-8323.

Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(2), 277-286.

Firdaus, M. A. A., & Kuswinarno, M. (2024). Strategi inovatif dalam pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan daya saing perusahaan di era digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *2*(11).

Firmansyah, D. (2022). Kinerja kewirausahaan: literasi ekonomi, literasi digital dan peran mediasi inovasi. *Formosa Journal of Applied Sciences*, *1*(5), 745-762.

Firmansyah, D., & Saepuloh, D. (2022). Daya Saing: Literasi Digital dan Transformasi Digital. *Journal of Finance and Business Digital*, *1*(3), 237-250.

Fitriani, R. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Penjualan Properti di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.

Galib, M., Haerani, S., Mamimg, J., & Razak Munir, A. (2022). The Role of SMT and Business Network Accentuation on Value Distribution and Performance Consequences. *Journal of Distribution Science*, *20*(5), 97-104.

Gao, J., Zhang, W., Guan, T., Feng, Q., & Mardani, A. (2023). The effect of manufacturing agent heterogeneity on enterprise innovation performance and competitive advantage in the era of digital transformation. *Journal of Business Research*, *155*, 113387.

Garbo, A. G., & Latifah, H. R. (2024). Optimasi pelayanan nasabah Bank Syariah Indonesia melalui penggunaan kecerdasan buatan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(2).

Gomes, C., Lopes, M., & Brito, P. (2021). Digital Skills as Drivers of Innovation in Organizations. *Innovation and Development*, 12(2), 59-78.

Hafizh, M. F., Hani, R. D., Kholishah, A. N., & Prawira, I. F. A. (2024). Strategi Transformasi Digital di Era Industri 4.0: Blueprint Bisnis, Penerapan Teknologi, Dan Peran Kritis Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Food and Beverage (F&B). *Ekonomi & Bisnis*, *23*(1), 1-8.

Haki, K., Rieder, A., Buchmann, L., & W. Schneider, A. (2023). Digital nudging for technical debt management at Credit Suisse. *European journal of information systems*, *32*(1), 64-80.

Hakim, S., Laelawati, L. N., & Mardiana, R. (2022, December). The role of digital skills and technological innovation in improving the performance of small and medium industries: Systematic literature review. In *International Conference on Global Innovation and Trends in Economics and Business (ICOBIS 2022)* (pp. 74-102). Atlantis Press.

Haq, I. U., & Huo, C. (2023). Digital strategy and environmental performance: the mediating role of digitalization in SMEs. *Digital Economy and Sustainable Development*, *1*(1), 9.

Harto, B., Pramuditha, P., Dwijayanti, A., Parlina, L., & Sofyan, H. (2023). Strategi Bisnis Berkelanjutan Melalui Inovasi Model Operasional Di Era Digitalisasi Bisnis. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, *9*(2), 243-251.

Hasmiah, J., Tahir, T., Hasan, M., & Said, I. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Literasi Digital Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, *2*(1), 18-27.

Heimbach, I., Kostyra, D. S., & Hinz, O. (2015). Marketing automation. *Business & Information Systems Engineering, 57*(2), 129-133.

Herlina, D. (2025). Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis untuk Mendukung Pengambilan Keputusan yang Efektif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, *2*(3), 1501-1505.

Heryana, N., Mayasari, R., Irawan, A. S. Y., & Nugraha, B. (2022). Improving Digital Literacy Skills for Mekarbuana Village Officials. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(2), 2496-2501.

Holopainen, M., Saunila, M., & Ukko, J. (2024). The effects of digital business strategy on the collaboration performance of companies: the moderating effect of digitally enabled performance measurement. *International Journal of Industrial Engineering and Operations Management*, *6*(1), 64-81.

Holopainen, M., Saunila, M., & Ukko, J. (2024). The effects of digital business strategy on the collaboration performance of companies: the moderating effect of digitally enabled performance measurement. *International Journal of Industrial Engineering and OpLURAerations Management*, *6*(1), 64-81.

Huda, N., Pratiwi, A., & Munandar, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Umkm Kota Bima. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *6*(1), 216-224.

Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan dan minuman di warung hik. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, *20*(1).

Isa, S. M., Kelly, L., & Kiumarsi, S. (2020). Brand switching through marketing mix: The role of brand effect on smartphone users. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, *10*(3), 419-438.

Jannah, D. R. N., & Atmojo, I. R. W. (2022). Media digital dalam memberdayakan kemampuan berpikir kritis abad 21 pada pembelajaran IPA di sekolah dasar. *Jurnal Basicedu*, *6*(1), 1064-1074.

Joeliaty, J. (2024). Green Growth and Beyond: The Influence of Environmental Practices, Financial Management, Market Access, and Digital Integration on the Resilience and Sustainability Business Practices of MSMEs in Indonesia. *International Journal of Business, Law, and Education*, *5*(1), 681-694.

Juliyanti, W., & Wibowo, Y. K. (2021). Batik SMEs digital literacy analysis on digital economic readiness during the COVID-19 pandemic. *Integrated Journal of Business and Economics*, *5*(3), 398814.

Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, *3*(01), 1-10.

Kair, A. F., Magito, M., Perkasa, D. H., Wahdiniawati, S. A., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Yayasan Pengembangan Potensi Sumber Daya Pertahanan. *Jurnal Price: Ekonomi Dan Akuntansi*, *2*(01), 47-59.

Karinda, M. V., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Area Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3).

Ketut, R. P., Mas, M. L. P., Yenny, V., Chintya, P. N. P., & Chandra, S. N. A. (2023). The influence of social capital, employee motivation and sustainable innovation on improving marketing performance of msmes in bali. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, *144*(12), 20-27.

Ketut, R. P., Mas, M. L. P., Yenny, V., Chintya, P. N. P., & Chandra, S. N. A. (2023). The Influence of Social Capital, Employee Motivation and Sustainable Innovation On Improving Marketing Performance Of Msmes In Bali. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, *144*(12), 20-27.

Korže, S. Z. (2019). From Industry 4.0 to Tourism 4.0. *Innovative issues and approaches in social sciences*, *12*(3), 29-52.

Kotler, P., Pfoertsch, W., Sponholz, U., Kotler, P., Pfoertsch, W., & Sponholz, U. (2021). The current state of marketing. *H2H marketing: The genesis of human-to-human marketing*, 1-28.

Kovács, I., & Zarándné, K. V. (2022). Digital marketing employability skills in job advertisements-must-have soft skills for entry-level workers: a content analysis. *Economics & Sociology*, *15*(1), 178-192.

Kurnianingsih, I., Rosini, R., & Ismayati, N. (2017). Upaya peningkatan kemampuan literasi digital bagi tenaga perpustakaan sekolah dan guru di wilayah Jakarta pusat melalui pelatihan literasi informasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 61-76.

Kurniawan, J. A., & Nawawi, M. T. (2020). Pengaruh Kompensasi Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya pada Divisi Distribusi Kantor Pusat di Cirebon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *2*(3), 723-729.

Kim, W., Lee, M., Lee, C., & Kim, S. (2022). The effects of business strategy and organizational culture of Korean companies on market satisfaction: the case of the African market. *Sustainability*, 14(11), 6747.

Lengkey, M. F., Nelwan, O. S., & Lengkong, V. P. (2020). Analisis work family conflictdan stres kerja terhadap kinerjapegawai melalui komitmen organisasi sebagai variabel intervening di polda sulut. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *8*(4).

Lesnussa, R., Pramarta, V., Carlof, C., Putri, R. D., & Desara, M. M. (2023). Strategi Pengembangan Kapabilitas Organisasional Dalam Era Digital Fokus Pada Adaptasi dan Inovasi. *Journal of Management and Creative Business*, *1*(3), 101-114.

Maslichan, M., & Dewi, D. A. L. (2018). Analisis Pengaruh Kreativitas Program Pemasaran, Hubungan dengan Pelanggan terhadap Inovasi Produk Serta Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada UKM Pengolahan Kayu di Kabupaten Rembang). *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, *3*(2).

Massi, M., Piancatelli, C., & Vocino, A. (2023). Authentic omnichannel: Providing consumers with a seamless brand experience through authenticity. *Psychology & Marketing*, *40*(7), 1280-1298.

Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku Umkm Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(3), 4256-4271.

McCarthy, M. S., & Fram, E. H. (2008). Synergies of promotional products and print advertising in building brand equity for a new brand. *Journal of Promotion Management*, *14*(1-2), 3-15.

Motyl, B., Baronio, G., Uberti, S., Speranza, D., & Filippi, S. (2017). How will change the future engineers' skills in the Industry 4.0 framework? A questionnaire survey. *Procedia manufacturing*, *11*, 1501-1509.

Muawanah, C. C., & Pujianto, W. E. (2023). Pengaruh Innovation Capability Terhadap Kinerja Individu Yang Dimediasi Oleh Digital Marketing Pada Ud. Bumbu Masak Machmudah (Bmm). *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *25*(2), 247-260.

Mujahidah, R. M., & Wiwoho, G. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, *3*(5), 960-975.

Mujtahid, I. M., Berlian, M., Vebrianto, R., Thahir, M., & Irawan, D. (2021). The development of digital age literacy: A case study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(2), 1169-1179.

Mukti, F. O. D., & Isa, M. (2024). The Effect of Digital Marketing, Word of Mouth, Brand Trust and Image on the Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *12*(4), 1317-1324.

Mutaqin, E. Z., Saputri, S. L., & Maulida, M. F. (2023). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Digital Marketing Produk Sirup Jahe Kelompok Wanita "Tiara Tani" Di Desa Tanggeran. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(4), 2993-3006.

Na, Y. K., Kang, S., & Jeong, H. Y. (2019). The effect of market orientation on performance of sharing economy business: Focusing on marketing innovation and sustainable competitive advantage. *Sustainability*, *11*(3), 729.

Nadzira, N., Setiyawan, S., & Wiyarni, W. (2020). Revealing online media marketing communication strategies on instagram and whatsapp during COVID-19 pandemic (Case study at MSME in Malang, East Java, Indonesia). *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, *5*(11), 84-92.

Napisah, S., & Selindia, S. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Dan Strategis Kreativitas Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kerajinan Kopiah Resam Desa Dendang Kecamatan Kelapa Bangka Barat. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, *8*(2), 11-23.

Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, *5*(2), 1-9.

Nova, V., Hamzah, H., & Unsong, I. F. (2024). Merancang strategi cerdas bisnis inovatif di tengah revolusi digital yang terus berkembang. *Meraja journal*, *7*(3), 26-40.

Nugroho, B. (2021). Innovation in Property Marketing: The Intervening Role of Digital Technology. *Innovation and Property Management*, 18(4), 311-328.

Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh kreativitas strategi pemasaran, inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemik Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *4*(4), 1167-1190.

Nurpratama, M., Sonjaya, N. S., Yudianto, A., & Agung, I. (2024). Studi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Indramayu. *Jurnal EMT KITA*, *8*(3), 822-831.

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*, *11*(3), 310-324.

Pamungkas, B. A., Mulyanto, H., & Andriyani, M. (2022). Literasi Keuangan dan Pendapatan Usaha dalam Mempengaruhi Perilaku Menabung Pelaku UKM. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(2), 205 -212.

Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Produk Kuliner di Makassar. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, *4*(1).

Park, H. (2020). The Impact of Digital Skills on Innovation: A Cross-Sectoral Analysis. *Journal of Digital Innovation*, 8(3), 101-115.

Park, S., & Kwon, S. J. (2018). The effect of digital literacy on the digital divide. *Journal of Information Technology Education: Research, 17*(1), 19-32.

Peter, M. K., & Dalla Vecchia, M. (2021). The digital marketing toolkit: a literature review for the identification of digital marketing channels and platforms. *New trends in business information systems and technology: Digital innovation and digital business transformation*, 251-265.

Pitaloka, L. K., & Kardoyo, K. (2023). Membuka Pintu Pasar Digital: Pelatihan Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Olahan Pangan di Salatiga. *Madaniya*, *4*(4), 1368-1380.

Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan pada Kegiatan Bisnis di Era Globalisasi. *Syntax Idea*, *5*(7), 883-892.

pratamaUlfah, A. (2022). Model Literasi Digital dalam Upaya Mengurangi Kesenjangan Digital untuk Santri Menuju Indonesia Emas 2045. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, *14*(1), 1-7.

Prayoga, A., & Muryanti, E. (2021). The Role of Teachers in The Introduction of Digital Literacy in Early Childhood During Covid-19 In TK Se-Subdistrict Pauh Duo'. *Golden Generation: Journal of Early Childhood Islamic Education*, *4*, 11-22.

Puro, I. W., & Achmad, N. (2022, June). Analysis of the Influence of Digital Literacy and Digital Skills on Marketing Strategy of MSMEs in the Solo Raya Region. *In International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022) (pp. 237-246). Atlantis Press.*

Putri, S. V., Soemaryani, I., & Zusnita, W. O. (2023). Pengaruh Kompetensi Digital dan Kemitraan Terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kuliner di Kota Bandung. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, *17*(4), 2942-2957.

Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, *2*(3), 622-637.

Rajagukguk, T. S. (2024). Pengabdian Mendigitalkan Desa: Meningkatkan Keterampilan Digital Masyarakat Melalui Pelatihan Komputer dan Internet (Pada UMKM di Desa Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 212-228.

Ramadhan, M. O., Rohendi, D., & Handayani, M. N. (2024, July). Rethinking Learning Media and ICT Literacy Courses for Future Vocational Teachers: Ensuring Quality in Learning Media. In *2024 9th International STEM Education Conference (iSTEM-Ed)* (pp. 1-9). IEEE.

Rexhepi Mahmutaj, L., & Jusufi, N. (2023). The importance of digital skills in firms' innovation: the case of Western Balkans. *Journal of technology management & innovation*, *18*(3), 98-102.

Riswanto, A., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Gaffar, V. (2019). Effect of Market Orientation on Business Performance in MSMEs as Mediating by Dinamic Marketing Capabilities. *Quality-Access to Success*, *20*(172).

Rompas, Y. C., Pio, R. J., & Rumawas, W. (2020). Inovasi dan Kreativitas Kaitannya dengan Kinerja Karyawan. *Productivity*, *1*(2), 163-167.

Rusmana, D. (2020). Pengaruh Keterampilan Digital Abad 21 pada Pendidikan Kewirausahaan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan peserta didik SMK. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *8*(1), 17-32.

Santoso, A., & Kurniawati, E. (2023). Pemberdayaan dan Partisipasi Perempuan Pengusaha Kecil Industri Kreatif Berorientasi Peningkatan Kinerja Pemasaran Berbasis Orientasi Pasar. *Jurnal Riptek*, *17*(1), 43-60.

Sari, D., Kusuma, B. A., Sihotang, J., & Febrianti, T. (2023). The role of entrepreneurial marketing & innovation capability in the performance of SMEs during covid-19 pandemic: Evidence of MSMEs in West Java. *Cogent Business & Management*, *10*(1), 2194091.

Saryono, O. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada PT. Bahana Cahaya Sejati Cabang Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, *4*(4), 35-48.

Song X, Michael and Parry M.E. 1997., The Determinants of Japanese New Product Successes. *Journal of Marketing Research*, Vol. XXXIV February 1997. Pp. 64-76

Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi pemasaran digital dalam mendorong keberhasilan wirausaha di era digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, *1*(04), 312-324.

Sousa, M. J., & Rocha, Á. (2019). Digital learning: Developing skills for digital transformation of organizations. *Future Generation Computer Systems*, *91*, 327-334.

Subiyakto, H., Siregar, B., Lo, E. W., & Prajogo, W. (2021). Prosiding Seminar Nasional Dan Konferensi National Conference on Applied Business (NCAB-9) Strategi Bisnis Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Barucheah. In *Prosiding The 9th NCAB 2021: National Conference on Applied Business*. STIE YKPN.

Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective). *Jurnal IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, *22*(2), 175-191.

Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, *1*(2), 100-110.

Sumantri, P. E., & Nirmala, N. (2022). Sumber Daya Manusia Unggul di Era Digitalisasi. *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 100-104.

Supriatna, T., Juhandi, D., & Rasipan, R. (2022). Promosi Media Sosial dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran yang di Moderasi Akses Fasilitas Digital. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, *2*(2), 167-178.

Sutrisna, I. P. G. (2020). Gerakan literasi digital pada masa pandemi covid-19. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Seni*, *8*(2), 269-283.

Syaifullah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & Junaedi, J. (2021). Social media marketing and business performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(2), 523-531.

Tiago, M. T., Tiago, F., Veríssimo, J. M., & Silva, T. (2019). A brand-new world: brand-endorsers-users fit on social media. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, *32*(4), 472-486.

Trisnawati, T., Manalu, M., & Amini, M. (2022). Hubungan Kinerja dan Keterampilan TIK Guru terhadap Hasil Belajar dan Literasi Digital Siswa Kelas Tinggi Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, *6*(6), 9440-9449.

Wahyudi, A., Assyamiri, M. B. T., Al Aluf, W., Fadhillah, M. R., Yolanda, S., & Anshori, M. I. (2023). Dampak transformasi era digital terhadap manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Bintang Manajemen*, *1*(4), 99-111.

Wang, X., Gu, Y., Ahmad, M., & Xue, C. (2022). The impact of digital capability on manufacturing company performance. *Sustainability*, *14*(10), 6214.

Wardani, S. (2023). Analisis Strategis Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Ekonomi Perusahaan. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, *1*(2), 76-80.

Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan (Studi Deskriptif tentang Tingkat Kompetensi Literasi Digital pada UMKM di Kota Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *7*(1), 127-134.

Wicaksono, M. W., & Isa, M. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Variabel Inovasi Sebagai Mediasi Terhadap Kinerja Usaha Susu Segar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *6*(1), 357-374.

Windi, P., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya perilaku organisasi dan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, *11*(2), 71-77.

Yeni, Y., Darmaputera, M. K., & Hildayanti, S. K. (2024). Mengeksplorasi kecerdasan buatan pada manajemen pemasaran digital era 5.0 di dunia UMKM. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, *4*(3), 343-358.

Yogananta, R., Widayanti, S., & Wijayati, P. D. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Minyak Kayu Putih di CV. Ruci Gemilang. *Jurnal Agroplasma*, *10*(1), 368-381.

Zhe, B. O. M., & Hamid, N. A. (2021). The impact of digital technology, digital capability and digital innovation on small business performance. *Research in Management of Technology and Business*, *2*(1), 499-509.

c. Proseding

Baharrudin, S., Ludfiana, M., Santoso, B., Putra, E. M., & Pratiwi, R. (2021, July). Pengaruh Kompetensi Digital dan Keterikatan SDM terhadap Kinerja DISPERMADES Provinsi Jawa Tengah. In *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)* (Vol. 2, No. 1, pp. 51-59).

Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, No. 1, pp. 30-39).

Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021, December). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 51-65).

Wono, H. Y., Novaldo, N., & Fitriani, F. (2023, August). Media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis trikotomi baru dalam manajemen strategi. In *Proceedings of International Conference on Islamic Economic Finance and Social Finance,* (4), 56-62.

d. Skripsi/Tesis/Disertasi

Kurnia, N., & Wijayanto, X. A. (2020). Kolaborasi sebagai kunci: Membumikan kompetensi literasi digital Japelidi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, SI Astuti, Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi. *Tesis,* Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia.

Mahendra Pratama, G. P. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran yang Dimediasi oleh Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Kerajinan Guitar di Desa Baki, Sukoharjo). *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia.

Musthofa, F., & Isa, M. (2019). Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Wom (Word of Mouth), Promosi Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia.

Royyana, A. N. (2020). Receptive vocabulary size of english language education department students uin sunan ampel surabaya. *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri.

e. Laman Web

O'brien, C. (2023). *What Are the Most Effective Digital Marketing Strategies*. https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-are-the-most-effective-digital-marketing-strategies. Diakses pada tanggal 17 April 2024.