

DAFTAR PUSTAKA

- Akkaya, B., & Qaisar, I. (2021). Linking Dynamic Capabilities and Market Performance of SMEs: The Moderating Role of Organizational Agility. *Istanbul Business Research*, 50(2), 197-214.
- Astuti, M., Prambaudy, K., & Tjiptaningsih, D. S. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 1-15.
- Awwad, A. S., Ababneh, O. M. A., & Karasneh, M. (2022). The mediating impact of IT capabilities on the association between dynamic capabilities and organizational agility: The case of the Jordanian IT sector. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 23(3), 315-330.
- DataIndonesia. (2021, 2 Agustus). Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023 [Artikel]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- DigitalBisa. (2021, 30 Agustus). Literasi Digital Dapat Mendorong Pertumbuhan Digitalisasi UMKM, Mengapa? [Artikel]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <https://digitalbisa.id/artikel/literasi-digital-dapat-mendorong-pertumbuhan-digitalisasi-umkm-mengapa-WOimB>
- Dwivedi, Y. K., Shareef, M. A., Akram, M. S., Bhatti, Z. A., & Rana, N. P. (2022). Examining the effects of enterprise social media on operational and social performance during environmental disruption. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121364.

- 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.
- Gök, O., & Peker, S. (2017). Understanding the links among innovation performance, market performance and financial performance. *Review of managerial science*, 11, 605-631.
- Hudha, N., Rahadhini, M. D., & Sarwono, A. E. (2022). Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada UKM Tenun Lurik di Desa Mlese, Cawas, Klaten). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), 70-80.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021, 30 Agustus). Pemerintah Dorong Perempuan Pelaku UMKM Kembangkan Bisnis [Berita]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47720/pemerintah-dorong-perempuan-pelaku-umkm-kembangkan-bisnis/0/berita>
- Kompas.com. (2022, 2 Januari). Apa yang Dimaksud dengan Wirausaha dan Sifatnya? [Artikel]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <https://money.kompas.com/read/2022/01/02/130232826/apa-yang-dimaksud-dengan-wirausaha-dan-sifatnya?page=all>
- Kusumawati, D. A., & Anik, S. (2023). KELINCAHAN ORGANISASI: PERAN KETERAMPILAN DIGITAL DAN KEPEMIMPINAN AGILE PADA UMKM. *JMM UNRAM-MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 12(1), 74-87
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT

- BELI PADA VEREL BAKERY AND COFFEE. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 184-190.
- Manek, D. (2018). Analisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada perusahaan pengolahan di kota semarang. *JUIMA: JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 8(2).
- Marbun, D. S. N., & Simanjuntak, M. (2021, December). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, pp. 130-142).
- Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (2021, November). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. In *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)* (Vol. 2, No. 1, pp. 780-789).
- Ndzana, M., Cyrille, O., Mvogo, G., & Bedzeme, T. (2021). Innovation and small and medium enterprises' performance in Cameroon. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(5), 724-743.
- Negeri, I. P. D. (2022). Agility Organisasi Pasca Alih Jabatan Fungsional. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 10(1), 31-51.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100-109.
- 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).
- Puriwat, W., & Hoonsopon, D. (2021). Cultivating product innovation performance through creativity: the impact of organizational agility and

flexibility under technological turbulence. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 33(4), 741-762.

Ramadhani, H. S., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2019). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty (studi Kasus: Followers Pada Instagram Lazada. co. Id). *eProceedings of Management*, 6(2). Devara, K. S., & Sulistyawati, E. (2019). Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. *E-Jurnal Manajemen*, 8(10), 6367-6387.

Riawan, R., Widhianingrum, W., & Santoso, E. (2023). Kelincahan strategi sebagai mediasi dalam peningkatan kinerja UMKM yang dipengaruhi oleh teknologi digital. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 697-710.

Skill Academy. (2021, 25 Agustus). Mengenal Content Marketing [Blog post]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <https://blog.skillacademy.com/mengenal-content-marketing/>

StatistikOlahData. (2017, 8 Januari). Uji Mediasi dengan Sobel Test [Blog post]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <http://www.statistikolahdata.com/2017/01/uji-mediasi-dengan-sobel-test.html>

Suminah, S., Suwanto, S., Sugihardjo, S., Anantanyu, S., & Padmaningrum, D. (2022). Determinants of micro, small, and medium-scale enterprise performers' income during the Covid-19 pandemic era. *Heliyon*, 8(7), e09875.

Swastuti, E. (2020). Menejemen Inovasi Strategis Danadopsi Digital Marketing Upaya Membangun Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis Ikm Tenun

- Troso Kabupaten Jepara. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 127-143.
- Takeda, A., Truong, H. T., & Sonobe, T. (2022). The impacts of the COVID-19 pandemic on micro, small, and medium enterprises in Asia and their digitalization responses. *Journal of Asian Economics*, 82, 101533.
- Tempo.co. (2021, 25 Juli). Rendahnya Tingkat Literasi Digital Jadi Tantangan Digitalisasi UMKM [Berita]. Diakses pada 31 Agustus 2021 dari <https://gaya.tempo.co/read/1685154/rendahnya-tingkat-literasi-digital-jadi-tantangan-digitalisasi-umkm>
- The Effects of E-Marketing Orientation on Strategic Business Performance: Mediating Role of E-Trust. *World Journal of Entrepreneurship*
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs successfully navigate VUCA environment: The role of agility in the digital transformation era. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121227.
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.
- Zuliasanti, K., Rusdarti, R., & Sakitri, W. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UKM. *Business and Accounting Education Journal*, 1(1), 73-83.