

## Daftar Pustaka

- Andhyka, B., Yustisiana, R., & Widayadi, W. (2023). The Use of Digital Marketing in MSMEs in supporting Business Continuity in Indonesia. *Asian Journal of Entrepreneurship*, 4(1), 24–34. <https://doi.org/10.55057/aje.2023.4.1.3>
- Arnoldus Arianto, Wilhelmina Mitan, E. E. K. G. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Entrepreneur Mindset Terhadap Kinerja di Pasar Alok Maumere*.
- Azizah, L. (n.d.). *Pengaruh Entrepreneurial Mindset Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi*.
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). *Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran ( Studi ada UMKM di Jawa Barat )*. 2(02).
- Dwi, E. (2022). *Pengaruh Pemahaman Informasi Keuangan Dan Entrepreneur Mindset terhadap Kinerja Umkm Di Pasar Ir Soekarno Sukoharjo*. 1(6), 667–682.
- Effendi, M. R., Abubakar, R., & Bachri, N. (2022). Pemasaran digital dan kinerja umkm: dapatkah inovasi produk menjadi variabel mediasi? *Jurnal Manajemen Indonesia*, 7(2), 108–115.
- Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). *Pengaruh Modal , Financial Knowledge , Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara*. 17(2), 103–114.
- Fikri Aulia, T. H. (2021). *Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca Di Kecamatan Medan Denai Fikri Aulia<sup>1</sup> Toni Hidayat<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan*
- Fitriyaningsih, E. (2012). Pengaruh Besar Modal (Modal Sendiri), Pemberian Kredit, DTSBKTPPPKDDTKKB2 <http://eprints.uny.ac>

- id/id/eprint/8760rlin. (2012). Pengaruh Besar Modal (Modal Sendiri), Pemberian Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa Tirtonirmolo Kecamatan Kasihan Bantul. 2. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/8760>
- Islami, N. N., & Wahyuni, S. (2020). *The Effect of Digital Marketing on Organizational Performance Through Intellectual Capital and Perceived Quality in Micro , Small and Medium Enterprises*. 16(1), 59–70. <https://doi.org/10.33830/jom.v16i1.718.2020>
- Kimathi, D. K., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of Digital Marketing on the Performance of MSMES in Kenya. *Journal of Marketing and Communication*, 2(1), 1–23. <https://stratfordjournals.org/journals/index.php/journal-of-marketing/article/view/258>
- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2021). Artificial intelligence and business strategy towards digital transformation: A research agenda. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su13042025>
- Risa Nadya Septiani, E. W. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo*. 9(8), 3214–3236.
- Sawicki, A. (2016). *Digital Marketing*. 48, 82–88.
- Siagian, M., Kurniawan, P. H., & Hikmah, H. (2019). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 265–271. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.107>
- Sina, I., Yani, A., & Widyawan, D. (2021). *Kuesioner Persepsi Content Validity / Face Validity Untuk Remaja Tunanetra*. 114–124. <https://doi.org/10.31571/jpo.v10i2.2889>
- Subagyo. (2020). *Meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Suwarso. (2019). *Pola Pikir Mahasiswa Terhadap Kewirausahaan*. 5(2), 277–287.

Wijoyo, H., Sanchia, W., Ryana, G., Insan, U., & Mandiri, C. (2021). *Budaya dan team kerja* (Issue May).