

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, M. (2021). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja pemasaran selama pandemi covid-19 dengan mediasi kemampuan inovasi dan kemampuan branding (studi pada pelaku umkm yang menggunakan media sosial)*. 9, 752–767.
- Anshori, M. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Airlangga University Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_Edisi/ltq0DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Antaraneews. (2022). *BI Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Bali 2022 Dalam Rentang 3,8 - 4,6 Persen*. Antaraneews.Com.
<https://www.antaraneews.com/berita/3148817/bi-prediksi-pertumbuhan-ekonomi-bali-2022-dalam-rentang-38-46-persen>
- Atnews. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Bali Triwulan III, Didongkrak Pemulihan Pariwisata*. Atnews.Id. <https://atnews.id/portal/news/15807>
- BPS. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Bali Triwulan III-2022*. *Badan Pusat Statistik Provinsi Bali*, 49.
<https://bali.bps.go.id/pressrelease/2022/11/07/717714/pertumbuhan-ekonomi-bali-triwulan-iii-2022.html>
- Databoks. (2022). *Deretan Sektor Paling Berkontribusi terhadap Perekonomian Bali pada Triwulan III 2022*. 69, 1–2.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/16/deretan-sektor-paling-berkontribusi-terhadap-perekonomian-bali-pada-triwulan-iii-2022>
- Devara, K. S., & Sulistyawati, E. (2019). *Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6367.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p25>
- DisdagperinkopUKM. (2022). *Data UMKM Produktif di Kabupaten Buleleng* (p. 1).
- 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.
- Farahdinna, P. N. (2022). *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. *Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri*.
- Fikriyah Husna, R. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol di Kota Padangsidimpuan*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 6.
- Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman

- Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.134>
- Ghozali, I. (2021). *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM AMOS LISREL PLS* (Pertama). Luxima Metro Media.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 53–60. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Indopos. (2023). *Punya Banyak Potensi, Kemenkopukm Genjot Wirausaha Baru Di Buleleng Bali*. Indopos.Co.Id. <https://www.indopos.co.id/nasional/2023/06/16/punya-banyak-potensi-kemenkopukm-genjot-wirausaha-baru-di-buleleng-bali/>
- InfoPublik. (2023). *Buleleng Ditargetkan Jadi Kabupaten UMKM*. Infopublik.Id. <https://www.infopublik.id/kategori/nusantara/745882/buleleng-ditargetkan-jadi-kabupaten-umkm>
- Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali. (2022). Laporan Perekonomian Provinsi Banten Agustus 2022. *Bank Indonesia*, 1–33. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Bali-Agustus-2022.aspx#:~:text=Pemulihan ekonomi Bali terus menunjukkan,%2C46%25 \(yoy\).](https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Bali-Agustus-2022.aspx#:~:text=Pemulihan ekonomi Bali terus menunjukkan,%2C46%25 (yoy).)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Lenaini, I. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel purposive*. 6(1), 33–39.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Marbun, D. S. N., & Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 130–142. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.125>

- Miftah. (2020). *Budya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal* (Yayuk Umayu (ed.); Arinda Wag). Ahlimedia Press. https://www.google.co.id/books/edition/Budaya_Bisnis_Muslim_Jambi_dalam_Perspek/hyH_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Faktor-faktor+pendukung+tercapainya+inovasi+produk&pg=PA150&printsec=frontcover
- Naninsih, N. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Journal of Management*, 5(2), 479–490. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>
- 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. <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*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Novia, N. (2023). *Strategi Digital Marketing.pdf* (A. Asari (ed.); 1st ed.). PT Mafy MediaLiterasi Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGI_DIGITAL_MARKETING/OWDWEEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Nur Nadiyah Arfan. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Makassar. *Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Nurkhakim. (2021). Model Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada UMKM Makanan Kota Salatiga). *Universitas Sultan Agung Fakultas Ekonomi Studi Manajemen Semarang*, 6.
- Nusabali. (2022). *Ekonomi Bali Tumbuh 2,27%, Asaha Akmamin Masih Mendominasi*. Nusabali.Com. <https://www.nusabali.com/berita/122638/ekonomi-bali-tumbuh-227-persen-usaha-akmamin-masih-mendominasi>
- Paramitha, M. P., Mustofiyah, N., Rieuwpassa, D. O., & Salim, R. A. R. (2022). Peran Digital Marketing Sebagai Langkah Peningkatan Kinerja UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2(2), 133–147.
- Pemkab Buleleng. (2022). *Wujudkan UMKM Naik Kelas, DisdagperinkopUMK Buleleng Bentuk Tim Koordinasi*. Bulelengkab.Go.Id. https://bulelengkab.go.id/informasi/detail/berita/24_wujudkan-umkm-naik-kelas-disdagperinkopukm-buleleng-bentuk-tim-koordinasi
- PPID. (2023). *Menuju Kabupaten Kreatif, Buleleng Unggulkan Lima Sub-Sektor Ekraf*. Ppid.Buleleng.Go.Id.

<https://ppid.bulelengkab.go.id/berita/detail/menju-kabupaten-kreatif-buleleng-unggulkan-5-sub-sektor-ekraf>

- Prasetyo, B. W. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Hotel Syariah di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening*.
- Prasetya, A., Studi, P., Manajemen, M., Pascasarjana, P., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2020). *Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Di Kota Medan*.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesyta*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesyta.v6i1.915>
- Rachmadi, T. (2020). The Power Of Digital Marketing. In *Tiga Ebook*. https://www.google.co.id/books/edition/The_Power_Of_Digital_Marketing/RCzyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Rahadhini, M. D., & Lamidi, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing di Kota Solo. *J-MKLI (Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 4(2), 81. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v4i2.109>
- Ramadhan, R. A., & Nasito, M. (2023). Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi pada Brand Erigo di Marketplace Shopee). *Selekta Manajemen*, 02(02), 86–97. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- 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.
- Resyananda, I. P. G. R., & Mandala, K. (2022). Inovasi Produk Dalam Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pasar Industri Kain Songket Di Kabupaten Jembrana. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1525. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p05>
- Rohmah, R. N., Sissah, S., & Anita, E. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai* <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/11808%0Ahttp://repository.uinjambi.ac.id/11808/1/504180056> Judul - Lampiran Fulltext.pdf
- Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Usaha Kerajinan Kayu Di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Sitaro). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 447. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40691>
- Rosadian, A. (2023). Kolaborasi Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan

- Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner di Kota Malang. *Jurnal Pijar*, 1(2), 191–199. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/view/241%0Ahttps://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb/article/download/241/103>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 1(3), 24–31. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/download/37/42/120>
- 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*, 9(3), 345–352. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28117>
- Sari, W. R., Susanti, P. H., & Purwaningrat, P. A. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(4), 933–944.
- Sugiyono. (2018). *Buku Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Tri Kusuma, N. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Di Provinsi Yogyakarta. *UKM Dewantara*, 1(2), 51–56.
- Tri Wahyuni S N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Kecil dan Menengah MENENGAH (UKM) Di Rattan Handmade Pekanbaru. *Tri Wahyuni S N NPM: 187210603 Program Studi Administrasi Bisnis Pekanbaru, 8.5.2017*, 2003–2005.
- Ulya, Z. (2022). Pengaruh orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran (Studi kasus pada industri kecil pengolahan pisang sale di Kabupaten Aceh Timur-Aceh). *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(2), 114–125.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Zul Rachmat. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (diana purnama sari (ed.)). Global Eksekutif Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Perusahaan/IK2mEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1