

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, A., Baso, A. B. A. N., Ilham, I., & Sulkifli, S. (2023). Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Produk Koral dan Ikan Hias. Indo-Fintech Intellectuals: *Journal of Economics and Business*, 3(2), 90-100.
- Anggraeni, M., & Sanaji, S. (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). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 752.
- Anggraini, I., Aprilia, S. W., Razak, A., Amrusi, A., & Mustofa, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Omset Penjualan Pada Pelaku Usaha Kue di Kota Banda Aceh: The Influence of Digital Marketing on Sales Turnover of Cake Businesses in Banda Aceh City. Neraca: *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 60-66.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.
- Antaranews. (2022). *BI Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Bali 2022 Dalam Rentang 3,8-4,6 Persen*. Antaranews.
- Arista, S. W., Hermawan, S., & Sukmono, R. A. (2025). Analysis of Digital Marketing Implementation, 7P Marketing Mix Strategy, and Product Innovation to Increase Sales Volume through Competitive Advantage as an Intervening Variable in Sidoarjo Regency MSMEs. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 16(1), 133-154.
- Atnews. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Bali Triwulan III, Didongkrak Pemulihan Pariwisata*. Atnews.Id.
- BPS. (2022). *Pertumbuhan Ekonomi Bali Triwulan III-2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali.
- Databoks. (2022). *Deretan Sektor Paling Berkontribusi terhadap Perekonomian Bali pada Triwulan III 2022*. 69, 1–2. .v08.i10.p25.
- 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>
- Dewiasih, D. A., Meitriana, M. A., & Zukhri, A. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Eceran (Retailing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian pada Mini Market Indomaret Dewi Sartika Utara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1)

- Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UKM Kabupaten Buleleng. (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.
- 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 untuk penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media, 450.
- 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.
- Indrayani, L. (2020). Tantangan Dalam Mengembangkan Jiwa Entrepreneur Di Kalangan Generasi Muda Wirausaha Buleleng Bali. *Manajemen Dan Bisnis Jurnal*, 6(1), 31-39.
- Indopos. (2023). *Punya Banyak Potensi, Kemenkopukm Genjot Wirausaha Baru Di Buleleng Bali*. Indopos.Co.Id.
- InfoPublik. (2023). *Buleleng Ditargetkan Jadi Kabupaten UMKM*. Infopublik.Id.
- Irwansyah, M. R., Yuniarta, G. A., & Rai Suwena, K. (2024). Financial Performance of MSMEs: Effects of Financial Inclusion, E-Commerce Use, Education, and Product Innovation. In *Proceedings of the International Conference on Economic Management, Accounting and Tourism (ICEMAT 2023)* (p. 97). Springer Nature.
- Kariyani, N. N. Y., & Meitriana, M. A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Modal dan Teknologi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 1-11.
- Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali. (2022). *Laporan Perekonomian Provinsi Banten Agustus 2022*. Bank Indonesia, 1–33.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Kusuma, N. T. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Di Provinsi Yogyakarta. *Jurnal UMKM Dewantara*, 1(2), 51-55.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 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, December). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 1, pp. 130-142).
- Meitriana, M. A., Irwansyah, M. R., & Istiqomah, N. M. (2024). The Influence of Education, Capital, and Technology Levels on the Competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as Supporters of Sustainable Development in Sawan District. *KnE Social Sciences*, 667-680.
- Miftah. (2020). *Budya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal* (Yayuk Umayu (ed.); Arinda Wag). Ahlimedia Press.
- Naninsih, N., Alam, S., & Indriasari, D. P. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *YUME: 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.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Ukm. *Jurnal Ema*, 5(2), 100-109.
- Novia, N. (2023). *Strategi Digital marketing*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- 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.
- 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, DisdagperinkopUKM Buleleng Bentuk Tim Koordinasi*. Bulelengkab.Go.Id.
- Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi. (2023). *Menuju Kabupaten Kreatif, Buleleng Unggulkan Lima Sub-Sektor Ekraf*. Ppid.Buleleng.Go.Id.
- Prasetya, A. (2020). Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pemasaran UMKM*, 5(2), 45–60.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh *Digital marketing* Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Rachmadi, T. (2020). *The power of digital marketing*. Tiga Ebook.
- Rahadhini, M. D., & Lamidi, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing di Kota Solo. *J-MKKI (Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 4(2), 81-91.
- 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. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 344-354.
- Rambe, F. H., & Nasution, E. Y. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Dodol Di Kota Padang Sidempuan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(2), 403-410.

- 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), 15-25. <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 Gelam. *Jurnal Inovasi dan Pemasaran UMKM*, 7(1), 55–70.
- 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.
- Rosmayani. 2022. *Kinerja Pemasaran: Implementasi Industri Kecil Berbasis Inovasi*. Surabaya: Pustaka Aksara.
- 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.
- Santi, N. W. A., Indrayani, L., & Irwansyah, M. R. (2022). Adaptasi Strategi Penawaran Produk yang Dilakukan Para Pedagang Pasar Seni Sukawati Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 313-320.
- 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.
- SN, T. W. (2022). Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Rattan Handmade Pekanbaru. *Jurnal Riset Pemasaran dan UMKM*, 8(1), 34–48.

- Suarmawan, K. A., Suharsono, N., & Suwena, K. R. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro dan kecil (Studi pada usaha kerajinan ingka di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan). *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, 5(1), 1-10.
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55-69.
- Sugiyono. (2018). *Buku Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujana, I. N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Efikasi Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng. *Seminar Nasional Riset Inovatif* (Vol. 9).
- 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.
- Utariani, N. K. R., Suwena, K. R., & Heryanda, K. K. (2024). Pengaruh human capital, entrepreneurial orientation dan literasi digital terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3536–3546.
- Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2017). Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha dan startegi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di kecamatan Buleleng tahun 2017. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 45-51.
- 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. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
- Yuniarta, G. A., Purnamawati, I. G. A., & Suwena, K. R. (2023). The effect of using digital marketing platforms, optimizing potential assets on the inclusive and sustainable economy improvement. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 2(1), 35-44.