

DAFTAR RUJUKAN

- Adiandari, A. M., & Fitriandari, M. (2025). Pengaruh Usia Dan Pendapatan Terhadap Tingkat Literasi Keuangan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1710–1722. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1525>
- Agustini, R., & Suwena, K. R. (2024). Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Digitalisasi Bisnis, dan Entrepreneurial Marketing Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Sektor Perdagangan di Kecamatan Buleleng. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 145–157. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i1.82021>
- Aini, N. Q., Oktaviani, F. N., Hermawan, A., Winarno, A., Studi, P., Manajemen, M., Ekonomi, F., & Malang, U. N. (2026). Pendampingan UMKM Kuliner Aleeka Kitchen sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan dan Penguatan Ekonomi Lokal dalam Rangka Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 6(1), 374–381. <https://doi.org/https://doi.org/10.58794/jdt.v6i1.1821>
- Aisah, S., Ramadani, I., Dewi, S., Yanti, J. P., Maulina, P., Randa, T., Mahendra, S., Gery, N., & Helly Khairuddin. (2024). Pengaruh Penerapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe Top Anda. *JAM: Jurnal Analisis Manajemen*, 10(1), 112–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.32520/jam.v10i1.3684>
- Andreas, M. (2024). 95% UMKM di Indonesia belum Kompetitif. Media Indonesia. https://mediaindonesia.com/ekonomi/698009/95-umkm-di-indonesia-belum-kompetitif-?utm_source
- Arista, S., & Fitriyah, H. (2024). Enhancing Sales through Marketing Strategy and Customer Satisfaction in Culinary MSMEs. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, Vol 19, No, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1140>
- Assauri, S. (2021). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi* (16th ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Barney, J., & Clark, D. N. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage* (1st editio). New York: Oxford University Press.
- Budiman, A., Ferrinadewi, E., & Kurniawan, Y. (2023). Peran Ekuitas Merek Dan Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Kinerja Perusahaan. *Journal of Economics and Business UBS*, Vol 12(Januari). <https://doi.org/https://doi.org/10.52644/joeb.v12i1.147>
- Da Gama, A. (2023). Marketing performance measurement: A model of

organisational and behavioural factors. *He Peer-Reviewed Journal*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.69554/btsp3028>

- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S., & Nugroho, A. (2023). Strategi Pemasaran. In M. A. Wardana (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 0). INFES MEDIA.
- Davis, J. A. (2018). Measuring Marketing: The 100+ Essential Metrics Every Marketer Needs. In *Walter de Gruyter Inc., Boston/Berlin* (3rd ed., Vol. 44, Issue 8). Walter de Gruyter Inc.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1515/9781501507304>
- Dewi, N. P. S. S., & Suwendra, I. W. (2025). *Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Kreatif (Studi Kasus pada Usaha Kain Tenun Bali Dewi di Singaraja) Universitas Pendidikan Ganesha Data PDB Ekonomi Kreatif*. 17(1), 258–265.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.100624>
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Bali. (2025). Rencana Kerja (Renja) Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Bali Tahun 2025. In *Pemerintah Provinsi Bali*.
<https://diskopukm.baliprov.go.id/wp-content/uploads/2025/03/RENJA-DISKOP-INDUK-2025.pdf?>
- Disdagperinkopukm Buleleng. (2024). Laporan Kinerja Instansi Pemerintah. *Dialog*, 44(1), i–Vi.
https://disdagperinkopukm.bulelengkab.go.id/informasi/download/16_lkqip-2024.pdf
- Dwi Atmaja, F. (2022). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Laweyan Surakarta Tahun 2021*. 1–5.
<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/101188>
- Dwi, M. B., & Pinem, D. (2020). Strategi Penguatan Kinerja UKM di Serang Banten. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(1), 1–8.
<https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1263>
- Fanreza, A., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Food and Beverage Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 78–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i3.290>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.

- Fitri, H., Suharsono, N., & Suwendra, I. W. (2019). Pola Manajemen Pemasaran Produk Industri Kerajinan Kain Tenun Songket di Desa Sukarara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(2), 540–551. <https://ejournal.undhhttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/21566/14005>
- Ghozali. (2011). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19* (Edisi Keli).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Ed. 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://id.scribd.com/document/785893656/Ghozali-2021>
- Gunistiyo, & Hanfan, A. (2019). Manajemen Pemasaran: Membangun Kinerja Pemasaran Umkm. In *Indonesian Research Society (IRS)*.
- Hardi, M., & Seri, S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pengguna Jasa PT. Giant Transporter Indonesia Medan. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 69–72. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.184>
- Harianto, H., & Manggu, B. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bengkulu. *UMMagelang Conference Series*, 295–308. <https://doi.org/10.31603/conference.12008>
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2020). Strategi Pengembangan Digital Marketing, Orientasi Ekuitas Merk, Marketing Intermediaris dan Kinerja Pemasaran di Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 163. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1065>
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In A. Rikki (Ed.), *Yayasan Kita Menulis* (Issue March). Yayasan Kita Menulis.
- Jauharoh, Y., Saputra, M. H., & Rahmawati, F. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UKM Olahan Makanan Ringan di Purworejo). *Jurnal Volatilitas*, 5(5), 5645–5647. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_2337
- Josnia, S. A., Utami, D. P., & Wicaksono, I. A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran UMKM Lanting di Desa Jetis Kecamatan Loano Kabupaten Purworejo. *Surya Agritama*, 12(1), 148–164. <https://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/view/3639%0Ahttps://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/suryaagritama/article/download/3639/1754>
- Juliantari, N. K., & Suwena, K. R. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha

- Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kerajinan Tulang di Desa Tampaksiring Kabupaten Gianyar. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 72–77. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.64004>
- 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. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.36385>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2023*. Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia. <https://kemenkopukm.go.id/>
- Khairunnisa, G., & Suwena, K. R. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo di Sarijaya Cellular. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 19–26. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Koeswandi, T., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Primaskara, E. A. (2024). Manajemen Do Entrepreneurial Marketing Strategies Lead to Better Marketing Performance on SMES? *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 82–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/image.2024.007>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Ed 14). Pearson Education Limited. https://archive.org/details/isbn_9780132103046/page/n5/mode/2up
- Kurniadin, A., & Mukhsin, M. (2018). Peran Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Ekuitas Merek Terhadap Kinerja Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Bina Bangsa Banten. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 2(1), 81–97. <https://doi.org/10.48181/jrbmt.v2i1.3860>
- Mardiyono, A. (2018). Analisis kinerja pemasaran usaha kecil menengah Di Kota Semarang. *Serat Acitya: Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 82–90. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/viewFile/701/674>
- Margi, I. K., Ariani, R. P., Widiastini, N. M. A., & Suriani, N. M. (2015). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 257–264. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v2i2.2182>
- Meitriana, M. A., & Irwansyah, M. R. (2025). E-Commerce for All: How Gen Z is Empowering MSMEs Towards Economic Resilience. *Junal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 12(24), 279–293. <https://doi.org/https://doi.org/10.22225/jj.12.2.2025.279-293>
- Meitriana, M. A., Irwansyah, M. R., & Istiqomah, N. (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*, 2024, 667–680. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i21.16774>
- Mubarok, D. A. A., Rahmi, P. P., & Sarah, S. (2023). Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Pemasaran Ukm Makanan Dan Minuman Di Jawa Barat. *Analisis*, 13(1), 146–166. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2530>
- Muslimin, Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec.Konda). *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol3.Iss2.338>
- Nugroho, D. B., Rohendi, A., & Rinawati. (2025). Hubungan Antara Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality dan Brand Loyalty Dengan Brand Equity di Rumah Sakit Umum Kartini Lampung. *Jurnla Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 5(4), 1108–1124. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v5i4.32112>
- 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 Pandemi Covid-19. 4(4), 1167–1190. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1079>
- Pers, S. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. *Ekon.Go.Id*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Prambaudy, K., & Astuti, M. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–15. https://scholar.google.co.id/scholar?q=Pengaruh+Orientasi+Pasar+dan+Inovasi+Terhadap+Kinerja+Pemasaran+Ukm+Kuliner.+BENEFIT+Jurnal+Manajemen+Dan+Bisnis,+4,+1-15.&hl=en&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
- Putri, K. M., Masdarini, L., & Ariani, R. P. (2021). Identifikasi Bumbu Khas Tradisional Bali Pada Desa Bali Aga Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12(1), 17–23. <https://doi.org/10.23887/jppkk.v12i1.32577>
- Ramdani, N. A., & Sujana, I. N. (2024). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Motivasi, Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(2), 212–225. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16i2.75575>
- Reza, M., & Kamener, D. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Ukmk

- Kuliner Saji Di Kecamatan Nanggalo Kota Padang). *EJurnal Bung Hatta*, 25(2), 1–3. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/26122>
- Rosadi, D. (2018). *Pengantar Analisis Runtun Waktu* (Universitas Gadjah Mada (ed.)).
- Rosdiana, R., Fariani, N. S., Anjayani, R. P., & Sari, S. N. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kinerja Pasar. *Marketgram*, 1(1), 93–105. <file:///W:/13-01-02+.pdf>
- Rosmayani. (2022). *Implementasi Industri Kecil Berbasis Inovasi Kinerja Pemasaran* (F. Rahma (ed.); Edisi Pert). Pustaka Aksara. www.pustakaaksara.co.id
- Soriton, B. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Tawas, H. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Umkm Kuliner Di Kecamatan Mandolang Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(4), 106–117. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43774/40010>
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). Strategi Pemasaran. In Ansar (Ed.), *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3). Penerbitan Intelektual Karya Nusantara. [https://eprints.unm.ac.id/30673/1/BUKU DIGITAL STRATEGI PEMASARAN.pdf](https://eprints.unm.ac.id/30673/1/BUKU_DIGITAL_STRATEGI_PEMASARAN.pdf)
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sujana, I. W. A., & Suwendra, I. W. (2023). Pengaruh Motivasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada BUMDes Eka Budi Sakti di Desa Seraya, Kabupaten Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(2), 312–321. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i2.47284>
- Sukerti, N. W., Marsiti, C. I., & Suriani, N. M. (2016). Reinventarisasi Makanan Tradisional Buleleng Sebagai Upaya Pelestarian Seni Kuliner Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 744–753. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v5i1.8282>
- Suyatna, R. G. (2024). Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Ekuitas Merek dan Penciptaan Nilai Bersama. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 01–46. <https://doi.org/10.55606/mri.v2i4.3115>
- Syuhada, R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Café & Restoran Kokok Petok Di Cimalaya Wetan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 54–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.1011>
- Tambunan, T. T. . (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting* (Edisi Revi). Ghalia Indonesia.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi

pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24856/mem.v31i2.411>

Utariani, N. K. R., Suwena, K. R., & Heryanda, K. K. (2024). The Influence of Human Capital, Entrepreneurial Orientation and Digital Literacy on the Performance of MSMEs in Buleleng Regency Pengaruh Human Capital, Entrepreneurial Orientation dan Literasi Digital Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Buleleng. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3536–3546. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Vijaya, D. P., & Irwansyah, M. R. (2018). 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). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v5i1.15571>

Voss, G. B., & Voss, Z. G. (2000). Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment. *Journal of Marketing*, Vol 64(1), 67–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jmkg.64.1.67.17993>

Wibowo, D. H., & Arifin, Z. S. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>

Wiguna, D. K. S. (2025). *Pemprov Bali dongkrak digitalisasi pemasaran dan keuangan UMKM*. Bali.Antarnews.Com. https://bali.antarnews.com/berita/376565/pemprov-bali-dongkrak-digitalisasi-pemasaran-dan-keuangan-umkm?utm_source

Wijaya, I. G. N. S., Latanro, A. B. B. S. M., & Sugianitri, N. N. A. R. (2024). The Influence of Marketing Strategy on Marketing Performance from a Management Perspective in the Disruption Era. *Binus Journal*, 15(1), 15–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/bbr.v15i1.10431>

Yusnandar, W., & Rialdy, N. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cardinal Formal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 506–519. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i6.1520>

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Strategi* (Hamdan (ed.)). Forum Pemuda Aswaja.