

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.A., dan Alam, N.A. (2020). E-commerce teori dalam bisnis digital. Yayasan Kita Menulis: Medan.
- Al-atsari, Z. S., Fitriani, L. K., & Djuniardi, D. (2025). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KOMPETENSI MELALUI KEUNGGULAN BERSAING menentukan sejauh mana pencapaian pasar atas produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pemasaran UMKM makanan ringan di Kabupaten Majalengka . Berdasarkan hasil survei , indikator , se. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 120–135.
- Amayreh, K. T. (2023). The Influence of Managerial Competencies on the Performance of Small and Medium Enterprises in Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 13(12), 599–607. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS>
- Aulya, C. D., Fitria, L., & Dasman, S. (2024). Mengidentifikasi Faktor-Faktor Keberhasilan Kewirausahaan Di Kalangan Generasi Muda Indonesia Menggunakan Metode Delphi. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7(12), 69–76.
- Ayu Wandira, Fadilatun Nufus, Nur Kholisah, Riki Gana Suyatna, & Silviah Silviah. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Durenstory Serang. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(1), 235–244. <https://doi.org/10.55606/jimas.v3i1.1010>
- Barney, J. (1991). Firm Resources ad Sustained Competitive Advantage. In *Journal of Management* (Vol. 17, Issue 1, pp. 99–120).
- Bestari, N. P. (2022). Jokowi Ungkap Penyebab 90 persen Startup RI Gagal Berkembang. Diakses pada 20 September 2025 dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220927064418-37-375163/jokowi-ungkap-penyebab-90-persen-startup-ri-gagal-berkembang>.
- Booms, B. and Bitner M. (1981). Marketing Strategies and Organization Structure for Service Firm. Newyork: McGraw Hill.
- Candra Wijaya, D., & Rifa'i, M. (2016). Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien. In *Perdana*. <http://repository.uinsu.ac.id/2836/>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice. (7th ed.). Pearson.
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 22–32. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.334>

Laura Rizki Amalia, 2025

PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE, DIGITAL MARKETING, DAN KEMAMPUAN MANAJERIAL, TERHADAP KINERJA BISNIS WIRUSAHA RINTISAN MAHASISWA UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Akuntansi
www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id

- Elkington, J. (1994). Enter the triple bottom line. *The Triple Bottom Line: Does It All Add Up*, 1, 1–16. <https://doi.org/10.4324/9781849773348>
- Erliana, E., & Setyahadi, M. M. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Managerial Capability Terhadap Financial Performance Dengan Competitive Advantage Sebagai Variable Intervening Pada UMKM Tangerang Selatan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1 SE-Articles), 2858–2872. <https://ulilalbabinstitute.co.id/index.php/J-CEKI/article/view/6579>
- Erlinda, E. D., & Ngumar, S. (2019). Analisis Penerapan E-Commerce Terhadap Perilaku Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(9), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/download/2534/2540>
- Erpiyani, Herina. (2021) Pengaruh E-Commerce dan Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Bisnis Wirausaha Rintisan Mahasiswa. Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Faizaty, N. E., & Laili, R. (2021). Dampak Softselling Dalam Digital Marketing Pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Platform Grup Facebook Jago Jalan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 47.
- Fausiatunnisa Fausiatunnisa, Nurul Fauzi, & Endrawati Endrawati. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 140–150. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.954>
- Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan e-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 99. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17171>
- Frost, R., & Strauss, J. (2016). E-marketing. New York: Routledge.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Sage*.
- Handoko, Hani. (2009). Manajemen Edisi 2. Yogyakarta: BPF
- Hidayat, A., Putra, R., & Sari, M. (2021). Dampak teknologi E-Commerce terhadap kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 101–113. <https://doi.org/10.31219/osf.io/5x7q9>
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2012). Essentials of Strategis Management Fifth Edition. In *Essentials of Strategic Management*. Prentice Hall.

<https://doi.org/10.34156/9783791057705>

- Hussain, A., Akbar, M., Shahzad, A., Poulouva, P., Akbar, A., & Hassan, R. (2022). E-Commerce and SME Performance: The Moderating Influence of Entrepreneurial Competencies. *Administrative Sciences*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.3390/admsci12010013>
- Ilham, M. Q. (2025). Determinasi Kinerja Operasional Perusahaan: Pengaruh Pengetahuan Karyawan, Produktivitas, dan Strategi Bisnis. *Dinasti Accounting Review*, 2(4), 156–165.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Orasi Bisnis*, 6(November), 95–112.
- Ishak, R., Widyaningsih, H., Mansyur, S., Samuddin, S. F., & Setiawan, A. (2025). Integration of Digital Marketing and Entrepreneurship in Building a Competitive Local Brand. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 3(02), 226–234. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v3i02.1907>
- Jung, S. U., & Shegai, V. (2023). The Impact of Digital Marketing Innovation on Firm Performance: Mediation by Marketing Capability and Moderation by Firm Size. *Sustainability*, 15(7), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su15075711>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard*. Harvard Business School Press.
- Kartini, K., Meylin Rahmawati, Sulistya Rini Pratiwi, Rika Wahyuni, & Istianah Asas. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Khoirunnisa. (2024). *Pengaruh E-Payment, Digital Marketing, Innovation Strategy, Dan Open Innovation Terhadap Kinerja UMKM Di Daerah Yogyakarta*.
- <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/dspace.uui.ac.id/123456789/48779>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2019). *Marketing Management*. Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-commerce business. technology. society*. Perason.
- Lestari, Putri Adika. (2020). Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan E-commerce terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Makassar. Universitas Muhammadiyah Makasar.

- Liang, Z., Du, J., & Hua, Y. (2022). The impact of digital finance on SMEs' financialization: Empirical evidence from Chinese listed firms. *Journal Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(236), 1–26. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10407665/>
- Lukiyana, L., & Yusuf, Y. (2022). The role of entrepreneurial orientation in digital-based business. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 55–66
- Maharani, D. I. (2024). Peluang dan Tantangan Sektor E-Commerce dalam Meningkatkan Perekonomian di Era Transformasi Digital. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 201–210. <https://jipied.org/index.php/JSE>
- Maya, S., & Husda, A. P. (2024). Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *ECo-Buss*, 6(3), 1178–1193. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1101>
- McCarthy, Jerome E. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Newyork: McGraw Hill
- Meria, L., Lutfiani, N., & Ahsani Te Awhina, R. (2025). The Influence of E-Commerce and Digital Marketing on Startuppreneur Performance Using PLS-SEM. *Journal of Computer Science and Technology Application (CORISINTA)*, 2(1), 93–100. <https://doi.org/10.33050/corisinta.v2i1.82>
- McLeod, R., & Schell, G. P. (2007). *Management information systems* (10th ed). New jersey: Pearson.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 33–41. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17987>
- Natasyah, & Nasution, M. I. P. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(11), 21–30.
- Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (1995). Performance measurement system design: A literature review and research agenda. *International Journal of Operations & Production Management*, 14(4), 80–116.
- Neihisial, H. L., & Bhardwaj, B. (2023). Adoption of Digital Marketing Strategies By Student Entrepreneurs in Entrepreneurial University: Determinants and Challenges. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2), 4162–4170. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.4763>
- Nelson, M. L., & Shaw, M. J. (2003). The Adoption and Diffusion of Interorganizational System Standards and Process Innovations. *MIS Quarterly Special Issue Workshop on: Standard Making: A Critical Research Frontier*

for Information Systems, 258–301.

Novita, D. (2024). PENGARUH PERUBAHAN, KEMAMPUAN MANAJERIAL, KOMITMEN ORGANISASI, DAN KARAKTER SUMBER DAYA INSANI TERHADAP KINERJA UMKM DI PROVINSI BENGKULU (Studi pada UMKM Nasabah Pembiayaan Bank BSI Syariah). *Tesis Universitas Islam Indonesia*, 1–189.

Oktafianto, R., Yuliana, L., & Hikmah Perkasa, D. (2024). Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi: Studi Pada UMKM Di Kabupaten Kudus. *Multidisipliner Knowledge*, 2, 1–13.

Oktaria, E. T. (2023). Kontribusi Kemampuan Manajerial Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Iklim Usaha dan Dampaknya pada Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 14(2), 1–19.

Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Setyadi, H., Wildan, M., Roziq, A., Riofita, H., Islam, U., Sultan, N., & Riau, S. K. (2023). Peran E-Commerce Dalam Pemasaran Produk Umkm. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 16–21. <https://doi.org/10.62017/wanargi>

Paranoan, N., Askikarno, C., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Produk Kuliner Di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>

Rahman, A. A., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial Pelaku Umkm Terhadap Kinerja Umkm Pada Bidang Knalpot Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 312–326. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.339>

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>

Risky, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Ragam Produk Terhadap Minat Beli Abc Pada Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Helvetia. *Skripsi Universitas Medan Area*.

Robbins, S. P., & A. Judge, T. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson, 290.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management Fourteenth Edition*. Pearson. <https://journal.aptii.or.id/index.php/Modem/article/view/335%0Ahttps://journal.aptii.or.id/index.php/Modem/article/download/335/514>

Saragih, L. S., Putriku, A. E., Sari, S. D., Laia, Y. N., & Syahputra, Y. (2024).

Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>

Sharabati, A. A. A., Ali, A. A. A., Allahham, M. I., Hussein, A. A., Alheet, A. F., & Mohammad, A. S. (2024). The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations. *Sustainability*, 16(19), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su16198667>

Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th Ed). United Kingdom: Wiley.

Setiawati, S. (2024). RI Punya 50 Juta Wirausaha Muda, Beneran Niat Apa Kepepet. Diakses pada 20 September 2025 dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20241125084637-128-590770/ri-punya-50-juta-wirausaha-muda-beneran-niat-apa-kepepet>.

Siregar, A. I. (2024). Digital Marketing dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital : Kajian Konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2921–2930. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5678>

Sitorus, D. P. (2025). Analisis Faktor Keberhasilan Aplikasi E-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan di Era Digital. *Modem: Jurnal Informatika Dan Sains Teknologi*, 1. <https://journal.aptii.or.id/index.php/Modem/article/view/335%0Ahttps://journal.aptii.or.id/index.php/Modem/article/download/335/514>

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. <http://bisnisan.nusaputra.ac.id>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna, F. (2025). *E-Commerce and Digital Marketing Strategies : Their Impact on Startupreneur Performance Using PLS-SEM*. 6(2), 215–223.

Suwastika, I. W. K., Kase, M. S., Bayti, N., & Wangania, D. (2023). Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Syahrani, S., & Sisdianto, E. (2024). ANALISIS PENGARUH LIKUIDITAS TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(11), 1–14.

- Tangkilisan, Hessel Nogi S. (2005). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Liberty.
- Taufik, M. M. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan UKM dimediasi keunggulan bersaing (studi pada UKM di smesco Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(2), 139–155.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Knowledge and Strategy*, 18(7), 509–533. <https://doi.org/10.4337/9781035334995.00014>
- Tiandra, N., Hambali, D., & Rosalina, N. (2019). The Effect of E-Commerce on MSME's Performance Improvement (Case Study on MSME's in Sumbawa District). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, 4(1), 6–10.
- Tompunu, D., Soegoto, A. S., & Palandeng, I. D. (2023). Strategi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Stray Store Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 686–694. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51730>
- Trianasari, K. A. H., & Telagawati, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Karakter Kewirausahaan, Digital Marketing Dan E-Commerce Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Sektor Kuliner Di Buleleng. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 13(1), 89–99. <https://doi.org/10.29303/jmm.v13i1.806>
- Turban, E., Volonino, L., Sipior, J. C., & Wood, G. R. (2015). *Information Technology for Management*. Springer International Publishing.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View Published by : Management Information. *MIS Quarterly*, 27(23), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing dan Keberlanjutan Bisnis Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(2), 371–379. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.558>
- Wijaya, W., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 84–93. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22516>
- Yahya, A. F., Pada, A. T., & Syukri, T. A. (2021). Memaknai Intensi Kewirausahaan: Studi pada Mahasiswi di Kota Makassar. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 938–954. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36825>