

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. (2023). *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Bintang Pustaka Madani.
- Adhi, A. S. (2023). Analisis Pengaruh Digital Marketing terhadap Volume Penjualan yang Dimediasi oleh Kualitas Intellectual Capital (Studi Empiris UMKM Sektor Ekonomi Kreatif di Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah). *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 189-200.
- Aida, R. N., & Rahmawati, E. (2015). Pengaruh modal intelektual dan pengungkapannya terhadap nilai perusahaan: Efek intervening kinerja perusahaan. *Journal of Accounting and Investment*, 16(2), 96–109.
- Ansori, A. (2016). Digitalisasi ekonomi syariah. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
- Arfan, N. N. (2019). Pengaruh digital marketing terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah di kota Makassar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian (cetakan ke 15)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Routledge.
- 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), 83-93.
- Djakasaputra, A., Pramezwar, A., & Hutahaean, J. (2020). *Marketing Strategy in Digital Era*. Penerbit NEM.
- Effendi, M. R., Bakar, R. A., & Bachri, N. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Lhokseumawe Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 7(2), 107–115.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (ketujuh). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis: Pearson new international edition*. Essex: Pearson Education

*Limited, 1(2).*

- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA, 4(2)*, 120–125.
- Hudha, N., Rahadhini, M. D., & Sarwono, A. E. (2022). Keunggulan Bersaing Sebagai Mediator Antara Digital Marketing dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada UKM Tenun Lurik di Desa Mlese, Cawas, Klaten). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal, 19(1)*, 70–80.
- Jayati, S. E. 2016. *Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan perdagangan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kasmadi, N. S. S. (2014). Panduan modern penelitian kuantitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Kusuma, I. L. (2015). Intellectual Capital: Salah Satu Penentu Keunggulan Bersaing. *Jurnal Akuntansi dan Pajak, 16(01)*.
- Khairani, U. (2020). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Restoran, Hotel dan Pariwisata yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh digital marketing terhadap organizational performance dengan intellectual capital dan perceived quality sebagai variabel intervening pada industri hotel bintang empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 12(1)*, 10–24.
- Leisander, I., & Diah, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran, 2(2)*.
- Lestari, N., & Sapitri, R. C. (2016). Pengaruh intellectual capital terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 4(1)*, 28-33.
- Malik, I., & Murni, M. (2022). Pengaruh Ekonomi Digital Dan Perkembangan Teknologi Terhadap Kinerja Penjualan HOME Industri Terasi Kota Langsa. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(02)*, 322–327.
- 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*, 130–142.
- Ningsih, K., & Hariyati, H. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Intellectual Capital Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal*

- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101-112.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Prastyaningtyas, E. W. (2019). *Dampak ekonomi digital bagi perekonomian indonesia*.
- Primanita, N. (2017). Meningkatkan kinerja pemasaran melalui orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi pada umkm tenun di kabupaten jepara. *Universitas Negeri Semarang*.
- Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Zumaeroh, Z. (2021). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Industri Mikro dan Kecil di Indonesia. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(1), 85-95.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194-208.
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1).
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital marketing: komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari, N. A. (2019). *Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar*. Universitas Negeri Makassar.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL; Sebuah Pengantar Aplikasi Statistik*. Salemba Empat.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92-96.
- Sidi, A. P., & Yogatama, A. N. (2019). Peningkatan Kinerja Pemasaran Industri Kreatif Melalui Digital Marketing Dan Intellectual Capital (Studi Pada Industri Kreatif Berbasis Olahan Sampah Dan Barang Bekas Di Kota Malang). *Conference on Innovation and Application of Science and*

*Technology (CIASTECH)*, 2(1), 39–46.

- Simarmata, J., Budiarta, K., & Ginting, S. O. (2021). *Ekonomi dan Bisnis Digital*.
- Siti, F. (2022). *Pengaruh Intellectual Capital Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di ISSI Tahun 2016-2020)* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- 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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 106–117.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.
- Sugiyono, P. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi). *Bandung: Alfabeta Cv*.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Susanto, L. (2017). Intellectual Capital and Firm Performance. *International Journal of Economic Perspectives*, 11(1).
- Syikin, N. (2021). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kuliner Di Kecamatan Rappocini. *Economics Bosowa*, 6(005), 219–230.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Strategi*. Edisi 4. *Yogyakarta: CV. Andi Offset*.
- Virgandhie, A., Rizkia, H., Rijanto, A., & Yuliati, R. (2017). Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan)*, 3 (2), 67-79.
- Wahyuningtias, A. D., Sasana, H., & Sugiharti, R. R. (2021). Analisis Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 1996-2019. *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 3(1), 87–105.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 4.
- Widarjono, A. (2013). *Ekonometrika pengantar dan aplikasinya*. *Yogyakarta: Upp Stim Ykpn*.
- Widiastuti, N. (2022). Dampak Penggunaan Ekonomi Digital Terhadap Biaya

Tenaga Kerja Pada UMKM Industri Bakpia Di Kota YOGYAKARTA. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 39–56.

Wijaya, M. H., & Amanah, L. (2017). Pengaruh Intellectual Capital terhadap kinerja perusahaan otomotif di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 6(1).

Yuliati, Y. (2020). Mediasi Customer Satisfaction Dan Intellectual Capitalatas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Perusahaan. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(2), 288–306.

