

DAFTAR PUSTAKA

- Abayomi, O., Gan, C., Nour, H., Adeyi, O., & Malam, M. (2020). Heliyon Holistic approach to microwave-reflux extraction and thermo-analytical fingerprints of under-utilized *Artocarpus heterophyllus* seed wastes. *HLY*, 6(8), e04770. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04770>
- Abdur Rosyid Hasan, Chotimah, C., & Imam Junaris. (2023). Jurnal Manajemen Mutu Pendidikan. *Jurnal Manajemen Mutu Pendidikan*, 11(2), 47–55. <https://doi.org/10.23960/jmmp.v12.i2.2024.30365>
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alfikri, N. S., & Riofita, H. (2025). *Transformasi Ekonomi Digital Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia*. 9, 5191–5195.
- Ambarsari, T. A. B. (2023). Kesiapan Literasi Generasi Digital Natives Dalam Menghadapi Pendidikan Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 3(7), 1.
- Amelia, L., Puji Isyanto, & Neni Sumarni. (2024). Promosi Bisnis Thrifting dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Media Sosial Instagram (Bekasansaja). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5219–5230. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2471>
- Anggreni, L. S., Prajarto, N., Kurnia, N., Sosio, J., No, Y., & Indonesia, Y. (2023). *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. 8(1), 85–100.
- Anita, A., Turyandi, I., Manurung, M. T., Kuncorosidi, K., Adawia, P. R., Lugiani, T., Anwar, M. S., Verawati, L., Abdurohim, A., & Purwantini, H. (2025). *Manajemen UMKM: Transformasi dan Inovasi di Era Digital*.
- Ardiany, M. F., & Rahmah, M. (2025). *Sustainable Fashion : Second-hand Fashion Trends and Its Impact on Local Fashion Brands in Indonesia*. 5(2).
- Ariyati, I. M., Subroto, W. T., &

- Wulandari, S. S. (2025). *The Effect of Entrepreneurship Education and Digital Literacy on Entrepreneurial Behavior with Self-Efficacy as a Mediation Variable on Students of The Faculty of Economics and Business*. 8(2), 152–168.
- Armelitta, A., Nursyahrani, A., Amalia, N. S., Ashfiya, R., & Nursahwa, S. (2025). *Analisis Peran Sikap Kewirausahaan dalam Mengoptimalkan Peluang Digital*. 4, 6120–6131.
- Awaluddin, R., & Maulana, Y. (2020). Strategi Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Produk Umkm Dan Wisata Berbasis Digital Business Di Desa Cihirup, Kecamatan Ciawigebang, Kabupaten Kuningan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(1), 38–47.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. john wiley & sons.
- Chauhan, G., & Gupta, M. S. (n.d.). Brand Management and Positioning: Strategies to create, develop, and maintain brand equity. *MEDIA EDUCATION AND NATIONAL EDUCATIONAL POLICY*, 290.
- 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.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. john wiley & sons.
- Dewanti, P. (2019). Optimalisasi Digital Native di Era Industri 4.0. *Teknomatika*, 9(1), 1–5. <http://ojs.palcomtech.ac.id/index.php/teknomatika/article/view/159>
- Diah, M., Dewi, C., & Atmadja, A. T. (2020). *ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL UNTUK BARANG PRELOVED (STUDI KASUS PADA BISNIS BARANG PRELOVED @ Bekasberkualitaz)*. 439–449.
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital terhadap peningkatkan ekonomi masyarakat di desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14.
- Effendi, N. I., Yanti, V. Y., Afriyani, R. A., & Nelvia, R. (2023). Peningkatan Pendapatan Melalui Pelatihan Dan Pengembangan Digital Marketing

- Kelompok Wanita Pengrajin Batik. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(3), 2917–2927.
- Estede, S., Irianto, O., Murtini, M., Minarsi, A., Piarna, R., Hendratni, T. W., Rianty, E., & Juansa, A. (2025). *Kewirausahaan: Konsep, Strategi, dan Inovasi Era Digital*. Henry Bennett Nelson.
- Fadhli, M., Purnomo, R. A., Arnab, S., Avezahra, M. H., Lestari, L. I., Aulia, F., & Kurniawan, C. (2024). *Empowering Creativity: Inclusive Innovation and Entrepreneurial Transformation with Disabled Union Through Batik Art*. CV. Gracias Logis Kreatif.
- Feryanto, F. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN THRIFTING PADA SECOND USED MARKET DI KOTA PONTIANAK*. Universitas OSO.
- Firdaus, V. M., & Ratnasari, A. (n.d.). *Bauran Promosi Produk Fashion Preloved Vintage di Instagram*. 72–78.
- Fitriyana, D., Warliati, A. E., & Listiaty, T. (2022). Strategi Pemasaran Produk UMKM Rattan Sintetis Melalui Digital Marketing di Desa Karangmulya Kabupaten Cirebon. *Manajemen Dan Pariwisata*, 1(2), 248–259.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hati, S. K., & Aryati, V. (2022). *PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. 1*, 94–102.
- Ii, B. A. B., & Teori, A. K. (2017). *berarti gagah, berani, perkasa*. 10–50.
- Islam, M. R., & Mehdi, A. Al. (2024). Bridging Climate Awareness and Sustainable Entrepreneurship: A Conceptual Framework Based on the Theory of Planned Behavior. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(7), 266–275.
<https://doi.org/10.56472/25835238/irjems-v3i7p129>
- Juni, R., Juni, R., & Juni, A. (2025). *PERAN GEN Z DALAM MENGUBAH TREN KONSUMSI DAN GAYA HIDUP DI INDONESIA* Alifiana 1 , Sujarwo 2 , Desy Safitri 3 123 Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta. 10(1).

- Kale, S. M., Retang, E. U. K., & Mbana, F. R. L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Garam Tradisional Di Desa Kayuri Kecamatan Rindi Kabupaten Sumba Timur. *Sandalwood Journal Of Agribusiness And Agrotechnology*, 1(1), 28–35. <https://doi.org/10.58300/jts.v1i1.491>
- Kamaruddin, S. A. (n.d.). *Inovasi , Edukasi , Elevasi : Mengubah Masyarakat Melalui Pendidikan Kewirausahaan*. 0, 371–377.
- Kartika, Y., Sumartono, B. G., & Ekonomi, P. (2022). *Pengaruh Praktik Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Peserta Didik*. 9(2), 129–140.
- Khairani, N., Anshari, F., Kanaya, N. S., & Ginting, P. A. (2025). *Inovasi Kewirausahaan di Era Digital: Kajian Literatur tentang Model Bisnis UMKM Berbasis Teknologi*. 5, 4592–4602.
- Kuantitatif, P. P. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Limios, B., Ramata, P., Utami, N. P. T., & Maharani, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Potensi Wirausaha Paruh Waktu Bertransisi Ke Wirausaha Sejati. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 115–130.
- Maftukhah, I., Rahmawati, F. D., & Fadlilah, A. (2018). Considering the influence of digital promotion performed by Go-Jek Indonesia and C2C marketplaces on buyers' purchasing decision. *KnE Social Sciences*, 541–552.
- Mahaliani, E., & Masnita, Y. (2024). *The Role of Digital Marketing and Promotion in the Business Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Developing Countries*. 1134–1149.
- Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 258–271.
- Melani, F., Zalukhu, M., Hartono, W. J., & Indonesia, D. (2025). *KEWIRAUSAHAAN MENUMBUHKEMBANGKAN UMKM DI ERA DIGITAL DI KALANGAN MAHASISWA STMIK DHARMAPALA*. 20(1), 1–

7.

- Muchsini, B., & Siswandari, S. (2018). Digital natives' behaviours and preferences: pre-service teachers studying accounting. *International Journal of Pedagogy and Teacher Education*, 2(2), 355–366.
- Muhandri, T., & Munandar, J. M. (2023). Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Internet Marketing Pada UMKM Bawang Goreng Kabupaten Kuningan Terhadap Daya Saing. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 9(1), 176.
- Nabil, M. R. (2024). *PERANCANGAN SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UKM PONDOK SEBLAK BAROKAH*. Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). *PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL*. 12(1).
- Novendra, A. M., Setiani, A., Aryanto, V., Syahpriyadi, M. F., & Pasundan, U. (2024). Penerapan Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Sistem Maklun Terhadap Minat Berwirausaha. 09, 654–665.
- Noviani, L., Wahida, A., & Tri Umiatsih, S. (2022). *Strategi Implementasi Proyek Kewirausahaan Di Sma Negeri 1 Sumberlawang*.
- Nuai, A., & Nurkamiden, S. (2022). *Urgensi Kegiatan Praktikum Dalam Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam di Sekolah Menengah Pertama*. 48–63.
- Nurjanah, D. S., Masithoh, U. D., & Zulfaidah, R. A. (2024). Literasi Digital dalam Dunia Pendidikan di Era Revolusi Society 5.0 Termasuk Pemanfaatan ICT pada Pendidikan. *Jurnal Tonggak Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Teori Dan Hasil Pendidikan Dasar*, 3(1), 99–109.
- Pada, S., Di, U., Kudus, K., Oktafianto, R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (n.d.). *Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi* : 1–13.
- Pradana, E. A., & Darmatraseta, F. (2021). PKM-Pendampingan Teknik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. 2(2), 147–154. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1303>

- Pramono, A., Waluyo, T., Komputer, F. I., & Purwokerto, U. A. (2021). *ANALISIS ARUS TIGA FASA DAYA 197 KVA DENGAN MENGGUNAKAN METODE UJI NORMALITAS KOLMOGOROV*-. 4(2), 213–216.
- Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Zumaeroh, Z. (2021). Pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan industri mikro dan Kecil di Indonesia. *Jurnal Ekonomikawan*, 21(1), 85–95.
- Putra, I. U., Yustanti, N. V., Handayani, S., Hanila, S., & Prawitasari, A. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Di Era Digital: Inovasi Dan Peluang Ekonomi Untuk Generasi Muda Di Sman 1 Kota Bengkulu. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 3(2), 33–40.
- Putri, L. E., Sulistiani, D., Sihotang, M. H., Septiana, S. D., & Nabil, M. (2025). Dinamika Komunikasi Pemasaran Digital Ditinjau dari Faktor Sosial dan Aktivitas Media Sosial Komsumen. *Karimah Tauhid*, 4(7), 5252–5270.
- Rahmawati, D., Lumakto, G., & Kesa, D. D. (2020). Generasi digital natives dalam praktik konsumsi berita di lingkungan digital. *Communications*, 2(2), 74–98.
- Ramadhani, S. (2023). *PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP NIAT MELAKUKAN WHISTLEBLOWING (Studi Empiris pada Mahasiswa UNIMUS, UNNES, dan UNDIP)*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Ri'aeni, I. (2017). Strategi komunikasi pemasaran digital pada produk kuliner tradisional. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 1(2), 141–149.
- Roza, P. (2020). Digital citizenship: menyiapkan generasi milenial menjadi warga negara demokratis di abad digital. *Jurnal Sositelknologi*, 19(2), 190–202. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2020.19.2.4>
- Sangadji, M., & Leasiwal, T. C. (2024). *The Influence of Digital Marketing on the Income of Micro and Medium Enterprises in Ambon City*. 13(03), 1525–1535. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i01>
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 21–30.
- Sari, N. R. (2025). *Strategi Pengembangan UMKM Perspektif Ekonomi Kreatif di*

Pasar Yosomulyo Pelangi Metro Lampung. IAIN Metro.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan-keahlian, edisi 6 buku 1*.
- Sintia, N. (2022). *Strategi pemasaran bisnis pakaian preloved di Kota Palangka Raya*. IAIN Palangka Raya.
- Sitindaon, N. (2025). Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen: Studi pada UMKM di Era Industri 4.0. *Digital Business Progress*, 4(1), 53–59.
- Sudaryanto, M. A., & Sylvana, A. (2024). *Generation Z and Entrepreneurship : Understanding the Character of Entrepreneurs in the Midst of Industrial Revolution 5 . 0*. 4, 4344–4351.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Suhardi, Y., Pragiwani, M., Darmawan, A., & Sakti, S. H. (2023). *Kewirausahaan Di Era Digital*. 5, 229–236. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i3.1143>
- Sujana, I. P. W. M., & Gunawijaya, I. W. T. (2022). Penguatan Karakter Generasi Digital Native Ditengah Arus Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(1), 393–399.
- Sujana, I. P. W. M., Sukadi, S., Cahyadi, I. M. R., & Sari, N. M. W. (2021). Pendidikan karakter untuk generasi digital native. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(2), 518–524.
- Sulistiyowati, R., Listiadi, A., Subroto, W. T., Ramadhani, S. N., Sarfita, D., Damayanti, F., Wulandari, L., Reffandi, K. S., Syafitrih, Z. E., & Silfina, I. (2025). PEMBELAJARAN EKONOMI DIGITAL: KONSEP, TRANSFORMASI PASAR DAN KESIAPAN TEKNOLOGI. *Penerbit Tahta Media*.
- Susanti, E. D. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan Preloved Stuff Melalui Pemanfaatan Social Media Instagram (Studi Padarockabella.Id). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 55–69.

- Syah Abadi Mendrofa, S. E., Anita, D., Sunita Dasman, A., Diawati, P., Andaria, A. C., ST, M. P., Halkadri Fitra, S. E., Siwa, S. F., Abel Tasman, S. E., & Darman, S. E. (2025). *Kewirausahaan UMKM (Seni dalam Mengembangkan Bisnis)*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Thalayan, J. (2024). Role of Integrated Marketing Strategy on Distribution Performance. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 3(1), 1709–1746.
- Wang, J. (2023). Research on the influence effect and mechanism of digital economy on rural residents' income under the background of rural revitalization. *Academic Journal of Business & Management*, 5(9), 116–124.
- Wardhana, R. (2025). Generasi Z dan Masa Depan Ekonomi Kreatif: Mendorong Inovasi di Era Industri 5.0 dan Web 3.0. *Journal Creative Economics and Trading Halal Ecosystem*, 3(02), 36–45.
- Widya, Y., Situmorang, A., Efendi, B., & Nasution, L. N. (2025). *Analisis Peranan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia*. 4.
- Wu, M., Al Mamun, A., Yang, Q., & Masud, M. M. (2023). Modeling the reuse intention and practices of secondhand clothing: Evidence from a developing nation. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–12.
- Yoesoef, A., Boku, Z., & Mahmud, M. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Penerapan Digital Marketing Dan Diversifikasi Produk Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah*. 8(3), 1291–1306.
- Yudia, E., & Salsabila, N. (2025). *DIGITAL MARKETING : STRATEGI JITU BAGI*. 1(1), 476–483.
- Yuliana, L., Apriyana, N., Fauzan, R., Larasati, N., Alhazami, L., & Eko Bima Sutopo, I. (2023). Analisis Minat Pembelian Produk Preloved Sebagai Upaya Peduli Lingkungan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(1), 14–27. <https://doi.org/10.32524/jkb.v21i1.763>
- Yuliana, L., Apriyana, N., Fauzan, R., Larasati, N., Alhazami, L., & Sutopo, I. E. B. (2023). Analisis Minat Pembelian Produk Preloved Sebagai Upaya Peduli Lingkungan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(1), 14–27.

- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., Wilson, D., Kwary, D. A., & Fitriasari, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. PT Salemba Empat.
- Zuhrinal M. Nawawi, & Tasya Nadila. (2025). Prediksi Tren Konsumen melalui Social Media Listening Pendekatan Machine Learning dalam Strategi Pemasaran Modern. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 2(3), 01–09. <https://doi.org/10.61132/eksap.v2i3.969>
- Zulaika, S., Gopur, G., Apriani, N., & Sono, M. G. (2025). Dampak Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Wilayah X. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 3(03), 266–277. <https://doi.org/10.58812/jekws.v3i03.2510>
<https://id.techinasia.com/tren-import-pakaian-bekas-indonesia-naik-2024>
<https://opendata.cirebonkota.go.id/pencarian?q=wirausaha&category=dataset>