

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2015). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Ide, Inspirasi (MINDS) Vol. 5, No. 1*.
- Abor, J., dan Quartey, P. 2010. Issue in SME Development in Ghana and South Africa *International Research Journal of Finance and Economics, Vol. 3, 218-227*.
- Andriyanto, F., & Sufian, M. S. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.1–20.
- Aprilinda, N. (2020). Pengaruh Media Sosial dan Manajmen Pengetahuan Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Purwakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Bamfo, B. a., & Kraa, J. J. (2019). *Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation*. Cogent Business & Management, 6(1), 1605703.
- Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708– 727.
- Cioclov, R., & Lala-popa, I. (2017). The Second Curve. Driving Individual and Organizational Change. *Expert Journal of Business and Management*, 5(2), 155–165.
- Elisabeth Lia Riani Kore dan Dina Fitri Septarini. 2018. Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UMKM sector Industri Kecil Formal di Kabupaten Merauke). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial Vol 9. No. 1*.
- Fandy Tjiptono, Ph. D & Gregorius Chandra, “Pemasaran Strategik”, Jilid 3 (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), hlm. 41.
- Fang, S., & Chen, H. K. (2011). Strategic intent , organizational environment , and organizational learning mechanisms A multiple-case study in the construction. <https://doi.org/10.1108/PR-11- 2014-0266>
- Fatimah, F. N., (2016). *Teknik Analisis SWOt*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, I. 2016. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Giantari, G. A. K., & Jatra, M. (2019). The Role of Differentiation Strategy and Innovation in Mediating Market Orientation and the Business Performance. *Journal of Business Management and Economic Research*, 3(6), 39–60. <https://doi.org/10.29226/TR1001.2019.1>
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. United States: *Pearson Education*.
- Kurniawan, R., Manurung, A. H., Hamsal, M., & Kosasih, W. (2021). Orchestrating internal and external resources to achieve agility and performance: the centrality of market orientation. *Benchmarking: An International Journal*, 28(2), 517–555.
- Lili Adi Wibowo dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 191-192.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 12 No. 1, Maret 2010
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren, Dan Etika*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ni Ketut Pertiwi Satwika dan Ni Made Wulandari Kusuma Dewi. 2018. *Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Bisnis*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3, 2018.
- Novitasari, Sherly. (2020). Pengaruh Media Sosial Twitter @Womanfeeds_Id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers. *Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Riau.
- Nugroho, Riant. 2014. *Public Policy*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM), Malang.
- Purnamasari , Sindy & Andreas Wijaya. 2020 . Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kemampuan Pemasaran, Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Clothing Line. *Jurnal Business Management Journal* Vol.16 (No. 1)
- Purwana, E. S., Dedi, dkk. (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.
- Purwantini, A. H., & Annisa, F. (2018). Anteseden dan Konsekuensi Penggunaan Media Sosial bagi UMKM: Analisis Perspektif Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 19 (3). 12-23 pp.
- Putri, Y. D., & Ie, M. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1106. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9896>
- Qalati, S. A., Ostic, D., Sulaiman, M. A. B. A., Gopang, A. A., & Khan, A. (2022). Social media and SMEs' performance in developing countries: Effects of technological-organizational-environmental factors on the adoption of social media. *SAGE Open*, 12(2), 21582440221094590.
- Qiqid, Arta Heldina (2022) Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang. Diploma thesis, Universitas Andalas.
- Rahmasari, A. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Kemampuan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung. 20
- Rianto, M. R., Jasfar, F., & Arafah, W. (2021). Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change , Knowledge Management and Transformational Leadership ; Case of Indonesia Islamic Banks. 10(3), 26–49.
- Riswanto, A., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Gaffar, V. (2019). Effect of Market Orientation on Business Performance in MSMEs as Mediating by Dynamic Marketing Capabilities. *Quality-Access to Success*, 20(172).
- Shehu, A.M., dan Mahmood, R. (2014). "The Relationship Between Market Orientation and Business Performance of Nigerian SMEs: The Role of Organizational Culture," *International Journal of Business and Social Science*, Volume 5, Number 9, 159-168.

- Solikahan, E. Z., & Mohammad, A. (2019). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Financial Orientation in Supporting the Performance of Karawo SMEs in Gorontalo City. *Journal of Applied Management (JAM)*, 17(4), 729–740.
- Syaifullah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & JUNAEDI, J. (2021). Social media marketing and business performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 523–531.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.026>
- Tjiptono, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy and Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. 2nd ed. Yogyakarta: ANDI.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428.
- Ulmaghfiroh, N., Woelandari, D. S., Vikaliana, R., & ... (2021). Peran Price Discount Dalam Memoderasi Pengaruh Social Media Marketing dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Produk Visval Bags. *Abiwara: Jurnal Vokasi ...*, 2(2), 49–59.
- 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.
- Vinerean, S., Cetina I., Dumitrescu, L., & Tichendelea, M. (2013). The effect of social media marketing on online consumer behavior. *International Journal of Business and Management*, 8 (14), 66.