

DAFTAR PUSTAKA

- Aftitah, F. N., Labana, J. K., Hasanah, K., & Hadi, N. L. F. M. (2025). Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32–43.
- Allutfi, A. R., Yulianingsih, & Palahudin. (2025). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Makanan Ringan di Kecamatan Caringin , Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 321–330.
- Andestri, F. (2025). Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 40–50.
- Anugerah, D. M. O., Danial, R. D. M., & Jhoansyah, D. (2022). Kekuatan Kinerja Pemasaran Dan Sosial Media Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1499–1506.
- Astami, W. S. (2013). Analisis Pengukuran Kinerja Pemasaran Melalui Financial Metrics (Studi Kasus Untuk Produk CN-235 di PT. Dirgantara Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 4(2), 1–14.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. (2025). *Kota Padang dalam Angka*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2024). *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Sumatera Barat 2023*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. (2025). *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Sumatera Barat 2024*.

Bakti, S., & Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3(1), 1–15.

Bawden, D. (2001). Information And Digital Literacies: A Review Of Concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259.

Bilal, M., Uzzaman, M. S., Hassan, H., & Adnan, M. (2026). Factors influencing digital transformation adoption in manufacturing: big data analytics, digital literacy, and firm performance. *Total Quality Management & Business Excellence*, 220–242.

Butar-butar, D. F. F. D. (2024). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 6(2), 110–114.

Butkouskaya, V., Llonch-Andreu, J., & Alarcón-del-Amo, M. del C. (2024). Market orientation, integrated marketing communications, and small and medium-sized enterprises (SMEs) performance: A comparison between developed and developing economies. *European Research on Management and Business Economics*, 30(3).

Desmaryani, S., Soleh, A., Irmanelly, & Wiarta, I. (2024a). Integration of technology acceptance models and government support to improve digital literacy. *Heliyon*, 10(14), e34086.

Desmaryani, S., Soleh, A., Irmanelly, & Wiarta, I. (2024b). Integration of technology acceptance models and government support to improve digital literacy. *Heliyon*, 10(14), e34086.

- Destrian, O. (2025). The influence of manager's digital literacy on SMEs' digital transformation in Indonesia: A micro-foundational context. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- Enshassi, M., Nathan, R. J., Soekmawati, & Ismail, H. (2025). Unveiling barriers and drivers of AI adoption for digital marketing in Malaysian SMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11, 100519.
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156.
- Fauziah, & Suarantalla, R. (2025). Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(01), 221–240.
- Febrianawati, Puspitasari, N., & Hidayat, N. (2024). Mendorong Kinerja UMKM Kuliner Pontianak Go Digital: Peran Literasi Digital dan Entrepreneur Literacy. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 11(3), 47–58.
- Garrido, E. C., Issa, T., Esteban, P. G., & Delgado, S. C. (2021). A descriptive literature review of phubbing behaviors. *Heliyon*, 7.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021a). *Aplikasi Analisis Multivariate* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021b). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris* (1st ed.). Yoga Pratama.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*.

Hasan, G., Destiana, N. S., & Akbar, N. (2025). *Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (Integrated Marketing Communication - IMC)*. CV. Menara Press Indonesia.

Hossain, M. B., Rahman, M. U., Čater, T., & Vasa, L. (2025). Determinants of SMEs' strategic entrepreneurial innovative digitalization: examining the mediation role of human capital. *European Journal of Innovation Management*, 28(7), 2733–2760.

Jihan, S., Fitriaty, & Lubis, T. A. (2024). Pengaruh Literasi Digital Dan Strategi Bisnis Online To Offline (O2O) Terhadap Business Sustainability Di Era Digital Dengan Employee Creativity Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Umkm Mitra Marketplace Parto.Id). In *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* (Vol. 13, Number 05, pp. 1856–1868).

Kader, M. A., Prawiranegara, B., Setiawan, R. A. P., Shelyanti, A., & Pratama, M. B. Y. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Literasi Digital dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Volume Penjualan. *Journal of Community Development*, 5(2), 349–362.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson.

Lestari, R., Syahyuti, Wibawa, B. M., Endayani, F., Setyawati, D., & Silalahi, S. A. F. (2024). Confirmatory Factor Analysis Of Marketing Performance Dimensions: A Lesson From SMEs In Malang, Indonesia. *Cogent Business and Management*, 11(1), 1–25.

Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953–964.

Lubis, U. S., Wulandari, N., Wahyudi, I., Widiyanto, A., Wibowo, E. A., Hakim, L., Apriyansyah, B., Hardiati, N., Swastika, A. Y., & Meyzia, B. (2025). Digital marketing strategies in expanding the market for MSME creative products in Indonesia-state of art. *Frontiers in Communication*, 1–18.

Lutfi, A., & Firmansyah. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Berdasarkan Orientasi Kewirausahaan, Pengetahuan Pemasaran Dan Keadaan Lingkungan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 18(II), 86–102.

Maharani, D. I. (2024). Peluang dan Tantangan Sektor E-Commerce dalam Meningkatkan Perekonomian di Era Transformasi Digital. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 201–210.

Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintung, M. Ch. (2023). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening (studi kasus pada usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Kawangkoan). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 486–499.

- Maytanius, J., Leonardo, Wahyudi, H., Kelvin, Lim, R., & Sentoso, A. (2023). Analisis Digital Marketing UMKM Creativ. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(2), 1563–1567.
- Moreira, L. L., Pinto, S. S., Costa, L., & Araújo, N. (2025). Evaluating digital transformation in small and medium enterprises using the Alkire-Foster method. *Heliyon*, 11, e41838.
- Muhajirin, Sanaji, & Andjarwati. (2025). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Pemasaran Pada Umkm Tenun Di Kota Bima: Pendekatan Model Penerimaan Teknologi (TAM). *Dimensi*, 14(2), 624–638.
- Nabil, N. R. A., Wulandari, I., Yamtinah, S., Ariani, S. R. D., & Ulfa, M. (2022). Analisis indeks Aiken untuk mengetahui validitas isi instrumen asesmen kompetensi minimum berbasis konteks sains kimia. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 25(2), 184–191.
- Novia, N. H., Bahri, K. N., Kanaidi, Rotua, E., Noviany, H., Rahayu, I., Sukmadi, Tarunajaya, W. B., Gittawati, A. A. F., Kurniawan, M., Sarmidi, Goeltom, A. D. L., & Triyanto, I. R. (2023). *Strategi Digital Marketing*.
- Ollerenshaw, A., Corbett, J., & Thompson, H. (2021). Increasing the digital literacy skills of regional SMEs through high-speed broadband access. *Small Enterprise Research*, 28(2), 115–133.
- Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM: Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 1–17.

- Putri, O. R., Nurhayati, W., Nurhidayah, Y. A., Surohit, & Sanjaya, V. F. (2024). Transformasi Strategi Pemasaran Umkm Melalui Literasi Digital Dan Inovasi Bisnis. In *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 1).
- Reswari, R. A., Yahya, R. F., & Dami. (2025). Leveraging Intellectual Capital For Small And Medium Enterprises (MSME) Digitalization In Pontianak City. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 14(2), 240–258.
- Riel, J., Christian, S., & Hinson, B. (2012). Charting digital literacy: A framework for information technology and digital skills education in the community college. *SSRN Electronic Journal*, 1–22.
- Rizkita, M. A., Winarno, A., Suwono, H., & Malek, N. A. N. N. (2025). Integrating cultural adaptation in digital marketing strategies: Enhancing competitiveness and sustainability in MSMEs of Java, Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11, 100609.
- Rosa, Y. Del, Idwar, & Abdilla, M. (2022). Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 24, Number 1).
- Rosmayani. (2022). *Kinerja Pemasaran Implementasi Pada Industri Kecil Berbasis Inovasi*.
- Ruiz, M. J. S., Calderón, C. E. J., Venecia, A. R. O., Santodomingo, A. A., & Forero, M. P. (2025). Bibliometric behavior of artificial intelligence and digital marketing sustainability. *Procedia Computer Science*, 257, 1047–1052.

- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 330–337.
- Setiawan, R., Prasetyo, P. T., & Yuniawan, A. (2025). Digital Marketing Strategy for Sustainable Performance of MSMEs: Literature Review. *Research Horizon*, 05(01), 33–46.
- 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, 1–25.
- Shatila, K., Aránega, A. Y., Soga, L. R., & Hernández-Lara, A. B. (2025). Digital literacy, digital accessibility, human capital, and entrepreneurial resilience: a case for dynamic business ecosystems. *Journal of Innovation and Knowledge*, 10, 100709.
- Siahaan, R. D. R., & Sirait, G. (2023). The importance of digital literacy in the era of society 5.0. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 1734–1742.
- Sinambela, E. A., & Darmawan, D. (2025). Strategi Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM melalui Media Sosial, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan Pengembangan SDM. 9(1), 54–63.
- Solechan, A., Kusumo, H., Shibghatalloh, A. H., Wardhani, A. A., Syafrudin, H. A., & Arwinda, S. (2025). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing, Inovasi dan Orientasi Pasar. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA)*, 5(1), 289–297.

- Sularno, M. (2025). Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Di Era Media Sosial. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 228–240.
- Sutherland, K., Mulcahy, R., Burgess, J., & Lawley, M. (2025). Training clients in digital marketing: The key to a feel-good B2B relationship with SMEs. *Industrial Marketing Management*, 127, 148–163.
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Egalita, N., Mas'udah, S., Singgih, D. S., & Sudarso. (2023a). Digital literacy and survival mechanism of micro-small enterprises in practicing sharing economy. *Cogent Social Sciences*, 9(2).
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Egalita, N., Mas'udah, S., Singgih, D. S., & Sudarso. (2023b). Digital literacy and survival mechanism of micro-small enterprises in practicing sharing economy. *Cogent Social Sciences*, 9, 1–13.
- Umboh, I. A., & Aryanto, V. D. W. (2023). Digital Marketing Development Model Through Digital Literacy Mediation To Improve Sme's Performance. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38(1), 94–108.
- Wahyuni, S. (2024). Digital Marketing Strategy on Increasing Transaction Volume in MSMEs in the Post-Pandemic Era. *International Journal of Economics and Management Research*, 3(3), 450–461.
- Wang, J. C., & Chang, C. H. (2013). How online social ties and product-related risks influence purchase intentions: A Facebook experiment. *Electronic Commerce Research and Applications*, 337–346.

Wardana, L. W., Ahmad, Indrawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Fatihin, M. K., Rahma, A., Nafisa, A. F., Putri, A. A., & Narmaditya, B. S. (2023). Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude. *Heliyon*, 9.

Wibawa, N. D., Widiastini, N. M. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dalam Memediasi Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Di Kabupaten Buleleng. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 8331–8345.

Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., Silitonga, H. P., Amna, Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial* (Vol. 32, Number 3). Media Sains Indonesia.

Wiweko, A., & Anggara, A. W. (2025). A Review of Digital Marketing Practices among SMEs in Indonesia: Trends, Challenges, and Opportunities. *IRJEMS International Research Journal of Economics and Management Studies*, 4(5), 315–323.

Yasri, Y., & Budiarti, A. P. (2020). Digital Marketing And SMEs' Performances In West Sumatera. *Economica*, 9(1), 95–106.

Yolanda, V., Hardilawati, W. L., & Hastuti, D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Bidang Kuliner Kota Pekanbaru dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 3(1), 298–306.

Zahoor, N., Zopiatis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159(February), 113755.