

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, W., Istiqomah, I., Widayaningsih, N., & Purnomo, S. D. (2021). *Pengaruh Infrastruktur Fisik terhadap Output Sektor Industri Pengolahan di Indonesia. Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 10(1).
- Oktarienza, T., & Sanjaya, V. F. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo*, 3(1), 27-38.
- Wulandari, R., & Farid, M. (2021). *Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Industri Mode Pakaian Muslim (Studi Kasus: Usaha Kecil Menengah ORIS di Kelurahan Kunciran, Kota Tangerang Selatan). Jurnal Ilmiah Teknologi dan Rekayasa*, 26(2), 94-102.
- Givan, B., Wirawan, R., Andriawan, D., Aisyah, N., Asep, A., & Putra, A. S. (2021). Effect of Ease and Trustworthiness to Use E-Commerce for Purchasing Goods Online. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(2), 277-282.
- Azizan, N. A., & Said, M. A. A. (2015). The effect of E-commerce usage of online business performance of hotels. *International Business Management*, 9(4), 574-580.
- Rahmidani, R. (2015). *Penggunaan e-commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan*. Book of Proceedings Published by (C), 5(5), 344–352.
- Soegoto, E. S., Delvi, J., & Sunaryo, A. (2018, August). Usage of E-commerce in Increasing Company Power and Sales. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 407, No. 1, p. 012035). IOP Publishing.
- Zakiah, A., Ekawijana, A., & Laksana, E. A. (2019). *Implementasi metode action research untuk peningkatan daya saing UMKM melalui e-commerce. Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(1), 54-62.
- Kwak H., Jaju A., Puzakova M. dan Rocereto J. F. (2013). “The connubial relationship between market orientation and entrepreneurial orientation”, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21 (2), pp. 141-161.
- Terzi, N. 2011. The impact of e-commerce on international trade and employment. Marmara University
- Saputra, A. R., Nuryanti, B. L., & Utama, R. D. H. (2018). Pengaruh electronic commerce terhadap keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 18(2), 81-90.

- Mustari, M., Arisah, N., Thaief, I., Fatmawati, F., & Hasan, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. In *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-177).
- Meylananda, S., Sarkum, S., & Halim, A. (2021). Analysis Market Orientation and Knowledge Management to Improve Innovation and Business Performance. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(3), 4241-4255.
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., & Hasbullah, H. (2020). Impact on E-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of SMEs. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516-525.
- Syafruddin, S., Asdar, M., Parawansa, D. A., & Nohong, M. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Usaha UKM. *CELEBES EQUILIBRUM JOURNAL*, 2(1), 01-09.
- Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2016). Adopsi e-commerce pada usaha mikro dan kecil di Bandung (Studi kasus subsektor fesyen). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Dwi Santy Se, R., Si, M., & Ruhimat Se, Y. (2018). Entrepreneurial Competencies, Market Orientation and Its Effect on Business (Survey of Small and Medium Enterprises (SMEs) of Cibaduyut Shoes Bandung, West Java, Indonesia).
- Rini, R., Lisnini, L., Maretha, F., & Pebrianti, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 15-26.
- Perdana, N. J., Chandra, D., & Amanto, A. F. (2021). Pemanfaatan Manfaat E-Commerce Untuk Membantu Kegiatan Usaha Para Pelaku UMKM Di Kota Jambi. *Prosiding SENAPENMAS*, 315-320.
- Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking: An International Journal*.
- Widiarta, P. G. K., Mahardika, I. P. D., Nugraha, N. A. S., Tintara, I. D. G. W., & Yasa, N. N. K. (2020). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2, 199.
- Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta

- Varadarajan, R. (2020). Customer information resources advantage, marketing strategy and business performance: A market resources based view. *Industrial Marketing Management*, 89, 89-97.
- Mahrous, A. A., & Genedy, M. A. (2018). Connecting the dots: The relationship among intra-organizational environment, entrepreneurial orientation, market orientation and organizational performance. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Husein Umar, 2011, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi II*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung. 2017. *Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung)*. Tesis Universitas Komputer Indonesia, Bandung.
- Handayani, T. (2018, November). Analysis of Product Innovation of Cibuntu Tofu at Cibuntu Tofu Center Bandung. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)* (pp. 516-518). Atlantis Press.
- Iffan, Muhammad & Soegoto, Herman S. (2016) *Pengaruh Iklan, Endorser, dan Display Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di JG Motor Ujung Berung Bandung)*. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM. Vol. 02 No.02
- Sartika, S., & Handayani, T. (2021). *Pengaruh Strategi. Resource Based View Dan Orientasi. Kewirausahaan Terhadap Keunggulan. Bersaing Di Sentra Jeans Cihampelas Bandung*. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(1), 107-116.
- Umi Narimawati. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Medi
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Rizki, S. S., Harahap, A. A., & Batubara, M. (2022). Analisis Efisiensi Pasar Modal Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1475-1480.

- Inggarwati, K., & Kaudin, A. (2015). *Peranan faktor-faktor individual dalam mengembangkan usaha studi kuantitatif pada wirausaha kecil di Salatiga. International research Journal of business studies*, 3(2).
- Gonibala, N. dkk. (2019). *Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu. Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01), 56-67
- Arifana, A., Sidik, S., & Mustafa, M. D. (2022). *Perkembangan Masyarakat Dalam Bidang Muamalah Di Era Society 5.0. Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society (KIHIES) 5.0*, 1, 492-494.
- Katili, A. Y., & Kaluku, Y. (2017). *Tanggung Jawab Karyawan Dalam Pelaksanaan Pekerjaan di Usaha Dagang Fahmi Meubel Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 4(2), 111-119.
- Johannes, J., & Erta, A. C. (2018). *PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN WISATA ALAM. DIGEST MARKETING*, 3(2), 1-7.
- Wijaya, T. (2015). *Pengaruh motivasi dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT Sinar Jaya Abadi Bersama. Agora*, 3(2), 37-45.
- Bakti, J. P. A., Rohman, F., & Sunaryo, S. (2018). *Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2).