

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. A. (2011). The Relationship Between Intellectual Capital and Bussiness Performance: An Empirical Study in Iraq Industry. *International Conference on Management and Artifical Intellegence*, IPDER 6:104-109.
- Alamsyah, M. I. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Sosial Media sebagai Brand Awareness pada Merek Lokal Sepatu Kulit di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol 14, No 3, 169-187.
- Anissa Hakim, P. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce Bagi Umkm: Anteseden Dan Konsekuen.
- Citra, S. P. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 1, Nomor 5, Desember 2016.
- Endang Purwanti. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *STIE AMA Salatiga.*, Vol. 5 No. 9, Juli 2012. hal 13-28.
- Enny Susilowati, G. T. (2013). Pengembangan Jejaring Wirausaha dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perekonomian Unit Usaha Kecil dan Menengah di Semarang. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman*, Vol 3, No 1, 2013.
- Fairoz, F. M. (2010). Entrepreneurial orientation and business performance of small and medium scale enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6(3), p34.
- Fitri, L. (2012). Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Peningkatan Kinerja UKM dengan Komitmen Perilaku Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Sentra UKM Batik di Sragen, Jawa Tengah). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume 8, Nomor 2, September 2012, 155-175.
- Gomez, M. (2012). *Managing Human Resources*. New Jersey : Pearson.
- Hamdani. (2010). *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: Pustaka setia.
- Hiu Kan, W. L. (2016). Social media, networking, and marketing performance : a study of social enterprises in Hong Kong. 1-2016 HKIBS/WPS/076-1516.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- I Putu Pratama Adiputra, K. M. (2017). Pengaruh Kompetensi dan Kapabilitas terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 11, 2017: 6090-6119. ISSN : 2302-8912.
- Iwan Hermawan, W. A. (2015). Inovasi Mesin Jig Turret Melalui Mekanisme Kontrol Hidrolik Dalam Rangka Penciptaan Efisiensi Dan Meminimalkan Produk Reject Pada Industri Kreatif Pis Kepeng Kuningan Di Juwana. *Universitas PGRI Semarang, Prosiding Science and Engineering National. (SENS)*., pp. 1-6.
- Kotler, P. G. (2010). *Principles of Marketing Eleventh Edition, Perason Prentice Hall, New Jersey*.
- Kotler, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bab Sabran, MM*. Jakarta: Erlangga.
- Lehman, C. e. (2013). Ionic Liquid Based Graphene Electrochemical Exfoliation. *Thesis. Fraunhofer Institute for Manufacturing Engineering*.
- Mbayak Ginting, E. Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada STMIK Mikrosil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil*, Volume 5, Nomor 1, April 2015.
- Mitrega, M. (2011). Networking capability, networking outcomes, and company performance.
- Moch Hari Purwidiyanto, D. F. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*, Vol. 1 No. 1 Maret 2016. ISSN: 2503-3565 e-ISSN: 2503-3689.
- Moeheriono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad Iqbal Alamsyah. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial terhadap Brand Awareness pada Merek Lokal Sepatu Kulit di Bandung. hal 169-187.
- Muhammad Taufik Syastra, S. A. (2017). Penggunaan Media Sosial sebagai New Marketing Strategy Tool pada Usaha Kecil Menengah. ISSN: 2477-4944, Volume 3 - Desember 2017.
- Muis, I. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Bisnis dan Dimensi Kinerja Bisnis. *Jurnal Insan Akuntans*, Vol.3 No 6 September 2012 ISSN: 2086-6798.

- Narimawati, U. (2005). *Metedologi Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Narimawati, U. (2010). *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusunan Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Genesis.
- Ndubisi, M. C. (2009). Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty: A Theoretical and Empirical Analysis From an Asian Perpective. *Journal International Cunsumer Marketing*, nO. 21, pp. 5-16.
- Ngungi A.K, B. K. (2010). Estimation of the burden of active and life time epilepsy: A meta analytic approach. *Epilepsia*; 51(5): 883-90.
- Nurul Yunita, e. a. (2017). Analisis Pengaruh Bank Income Stusture terhadap Risiko Bank Syariah di Indonesia. Volume 6, Nomor 4. ISSN : 2337-3792.
- Paramitha, C. R. (2011). Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner. *Thesis. Ekonomi S-1, Fakultas Ekonomi Universitas*.
- Porwani, S. (2016). Kreativitas Dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang. Volume 2. No. 2. ISSN : 2442-3343.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Elex-Gramedia.
- Purnomo, R. (2010). Pengaruh kepribadian, self-efficacy, dan locus of control terhadap persepsi kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 17(2), 144-160.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. Vol.5 No.9, JULi 2012. Hal 13-28.
- Purwantini, A. (2018). Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi UMKM: Antesenden dan Konsukuen. *Kompartemen: Kurnal Ilmiah Akuntansi*, Maret 2018, XVI(1), 47-63.
- Rivai, V. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek*. Bandung: Rajagrafindo Persada.
- Rizki Zulfikar, L. N. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus : Sentra Kain Cigondewah Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, E-ISSN:2338-929X, 46-55.
- Robbins, S. P. (2010). *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.

- S, W. (2006). Analisis Implementasi CRM pada Industri Hospitality di Yogyakarta. *Utilitas*, Vol 14 No 2, Juni, Hal 178-196.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Cetakan Pertama, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, PT Gramedia.
- Shaiqi, A. B. (2015). Impact of Information Technology and Internet in Businesses. ISSN 2410-3918 Vol 1, No. 1, March 2015.
- Sirhan Fikri, W. W. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016*, hal 121-134.
- Siti Ati Sidiqqoh, D. P. (2017). Peningkatan Kinerja Bisnis Usaha Mikro Melalui Kajian Komitmen Dan Abisius Pengusaha. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 No. 2. 2017.ISSN: 2355-0295, E-ISSN: 2549-8932 259.
- Sivesan. (2012). Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors. *Journals of South Academic Research*, Volume 2, Issue 3, pp. 179-191.
- Soegoto, E. S. (2009). *Entrepreneurship : Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2010). *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* . Bandung: UPI.
- Taprial, V. K. (2011). *Understanding Social Media*.
- Tika, M. P. (2008). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, H. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Cetakan 1, Desember 2014.
- Umi Narimawati., S. D. (2011). *Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama*. Bekasi: Genesis.
- Utari, P. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teorisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Velnampy T, S. S. (2012). Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction: A Study on Mobile Service Providing Companies in Srilanka. *Global Journal of Management and Business Research*, Volume 12, Issue 18 Version 1.0.
- Wayan Gede, S. (2009). Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Pengusaha Terhadap Budaya Sentra Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro (Umk) di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 3, No 1, Februari 2009 ; 70-87.
- Widyasari, Y. O. (2015). DIMENSI RELATIONSHIP MARKETING SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Pusat Kebugaran Yogyakarta). S2 Thesis, UAJY.