

## DAFTAR PUSTAKA

- abdillah, W., & Hartono, J. (2014). *Partial Least Square (Pls)*. Andi.
- Amin, M., Sudarwati, S., & Maryam, S. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 501–510. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.664>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andika, P. (2023). *Improving Marketing Performance Through Market Orientation And Entrepreneurial Orientation With Specialized Marketing Capabilities As A Mediation Variable ( Case Study Of Ayam Geprek In Bekasi District )* Skripsi Oleh : Putra Andika Program Studi Manajemen.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(2), 30–47. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i2.22>
- Anofa, R. W., Santoso, A., & Setiawan, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Kemampuan Pemasaran Khusus Sebagai Variabel Intervening. *Bussman Journal : Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(3), 664–680. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.88>
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)* (A. G. R. Chakti (Ed.); 1st Ed., Issue April). Celebes Media Perkasa. [www.celebesmediaperkasa.co.id](http://www.celebesmediaperkasa.co.id)
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56. <https://doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077>
- Arifin, R. (2018). Tinjauan Empiris Tentang Orientasi Kewirausahaan Bagi Pengusaha Perempuan Di Kota Malang. 2, 31–41.
- Azizah, U., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh Kemitraan Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing. *Management Analysis Journal*, 6(2), 221–241. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-32591-0\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-319-32591-0_16)

- Brilliani, E. (2020). Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Marketing Performance Dengan Market Orientation Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Sentra Industri .... In Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb.
- Bustan, J. (2016). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Orientasi Pembelajaran Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolahan Pangan Di Kota Palembang). *Politeknik Negeri Sriwijaya*, 15(1), 165–175. <https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/196255896.Pdf>
- Cahyono, B. (2018). Pengaruh Produk, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Kaos Futsal Isol Sport. *Jebi | Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 12(01), 39–51. <https://Doi.Org/10.36310/Jebi.V12i01.26>
- Er, L. R., & Mukti, A. H. (2023). The Influence Of Market Orientation And Entrepreneurial Orientation On Marketing Performance: Organizational Agility As A Mediator. *International Journal Of Science And Society*, 5(3), 238–256. <https://Doi.Org/10.54783/Ijsoc.V5i3.742>
- Farida, N. (2018). Determinants Of Marketing Performance: Innovation, Market Capabilities And Marketing Performance. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1). <https://Doi.Org/10.15294/Jdm.V7i1.5759>
- Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–352.
- Firdaus, F. (2020). Marketing Performance Berbasis Product Innovativeness Dan Islamic Differentiation Advantage. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 42. <https://Doi.Org/10.31332/Lifalah.V5i1.1737>
- Hartini, S. (2017). Hubungan Orientasi Pasar, Strategi Bersaing, Kewirausahaan Korporasi Dan Kinerja Perusahaan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 17(1), 39. <https://Doi.Org/10.24034/J25485024.Y2013.V17.I1.2220>
- Hendar, H., Ratnawati, A., Razak, W. M. W. A., & Abdullah, Z. (2020). Market Intelligence On Business Performance: The Mediating Role Of Specialized Marketing Capabilities. *Journal Of Intelligence Studies In Business*, 10(1), 42–58. <https://Doi.Org/10.37380/Jisib.V1i1.562>
- Hussein, A. S. (2019). Entrepreneurial Market Orientation And Marketing Performance: An Evidence From Malang Soybean Cracker Industry. *Jurnal Sosial Humaniora*, 0(01), 10. <https://Doi.Org/10.12962/J24433527.V0i01.5764>

- Hutagalung, F. S., Dewi, K. H., & Sidebang, B. (2019). Effects Of Heating And Sugar On The Quality Of Hard Candy Made Of Syrup Kalamansi Sideproduct. *Jurnal Agroindustri*, 8(2), 97–104. <https://doi.org/10.31186/J.Agroind.8.2.97-104>
- Ie, M., & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pada Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 156. <https://doi.org/10.24912/Jmieb.V3i1.4279>
- Ilham, J. D. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Karakteristik Wirausahawan Terhadap Kinerja Usaha. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 108.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan.
- Indriyani, M. (2019a). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Specialized Marketing Capabilities Sebagai Mediasi. Universitas Islam Sultan Agung, September 2016, 1–6.
- Indriyani, M. (2019b). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Specialized Marketing Capabilities Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empirik Pada Industri Kecil Manufaktur Di Kabupaten Kendal). Unissula Institutional Repository.
- Iyer, P., Davari, A., Zolfagharian, M., & Paswan, A. (2019). Market Orientation, Positioning Strategy And Brand Performance. *Industrial Marketing Management*, 81, 16–29. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.11.004>
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrepreneurship*, 5(1), 33–48.
- Jatmiko, U. (2019). Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Pada Tahap Start-Up Di Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. *Jmk (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 1(3), 235–246.
- Johannes, & Erta, A. C. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Wisata Alam. In *Jurnal Digest Marketing (Vol. 3, Issue 2, Pp. 86–92)*.
- Junaid, A., Arsyad, M., & Astari, D. (2022). Pengaruh Supply Chain Management Dan Strategi Bisnis Dengan Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kinerja Perusahaan. 7(3), 684–695. <https://doi.org/10.37531/Mirai.V7i3.4589>

- Kajalo, S., & Lindblom, A. (2019). Market Orientation, Entrepreneurial Orientation And Business Performance Among Small Retailers. *International Journal Of Retail & Distribution Management*, 43, 580–596. <https://doi.org/10.1108/Ijrdm-04-2014-0044>
- Kowalik, I., Danik, L., & Francioni, B. (2023). Specialized Marketing Capabilities And Foreign Expansion Of The International New Ventures. *Journal Of Small Business Management*, 61(2), 226–264. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1750621>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). Partial Least Squares Konsep , Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Undip.
- Ma'arif, A. O. (2020). Pengaruh Kompetensi Pengetahuan Pemasaran Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Kapabilitas Pemasaran (Studi Pada Industri Kecil Dan Menengah Tahu Di Kota Magelang). *Unnes Repository*, 21(1), 1–9.
- Made Sandi Merta, N. T. H. (2022). Analisis Transparansi Dan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Upacara Ngaben Keluarga “Nyama Sanggah” Pekarangan Arya Nyuh Aya Di Desa Kusamba, Kecamatan Dawan, Kelungkung Bali. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, Vol. 12 No. 1, Januari-April 2022 Issn: 2599-2651, 2(2), 378–385.
- Mahfud Sholihin, D. D. . (2020). Analisis Sem-Pls Dengan Warppls 7.0 (Ed-1). Andi Offset.
- Manahera, M. M., Moniharapon, S., & Tawas, H. N. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Nasi Kuning Di Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i4.21666>
- Manambing, A., Mandey, S., & Tielung, M. V. . (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran ( Studi Kasus Umkm Kuliner Tinutuan Di Manado). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3803–3812. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/21906>

- Manek, D. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 51–61. [Http://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Juima/Article/View/287%0ahttp://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Juima/Article/Download/287/278](http://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Juima/Article/View/287%0ahttp://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Juima/Article/Download/287/278)
- Matte, J., Milan, G. S., Ganzer, P. P., Graciola, A. P., Chais, C., & Olea, P. M. (2020). The Influence Of Specialized Marketing Capabilities And Entrepreneurial Orientation In The Performance Of Retail Apparel. *Revista Brasileira De Marketing*, 19(1), 106–125. [Https://Doi.Org/10.5585/Remark.V19i1.17136](https://doi.org/10.5585/Remark.V19i1.17136)
- Mazaraki, A., Tarasiuk, M., Solonenko, Y., Galenko, O., Lysniuk, M., & Fayvishenko, D. (2021). Strategic Brand Management In The Market. *Estudios De Economia Aplicada*, 39(5), 1–11. [Https://Doi.Org/10.25115/Eea.V39i5.4829](https://doi.org/10.25115/Eea.V39i5.4829)
- Mehralian, M. M. (2022). Effect Of Internet Of Things On Marketing Performance: The Mediating Role Of Entrepreneurship Orientation. *Ssrn Electronic Journal*. [Https://Doi.Org/10.2139/Ssrn.4195987](https://doi.org/10.2139/Ssrn.4195987)
- Morgan, N. A., Feng, H., & Whitler, K. A. (2018). Marketing Capabilities In International Marketing. *Journal Of International Marketing*, 26(1), 61–95. [Http://Www.Jstor.Org/Stable/44873832](http://www.jstor.org/stable/44873832)
- Muawanah, C. C., & Pujiyanto, W. E. (2024). Innovation Capability Terhadap Kinerja Organisasi: Dynamic Marketing Capability Sebagai Variabel Mediasi. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 9(1), 88–101. [Https://Doi.Org/10.36636/Dialektika.V9i1.3888](https://doi.org/10.36636/Dialektika.V9i1.3888)
- Muis, I. (2020). Specialized Marketing Strategy And Capability As The Mediators In Relationship Of Market Orientation And Marketing Performance: A Case Study Of Rattan Processing Smes. *Binus Business Review*, 11(1), 31–42. [Https://Doi.Org/10.21512/Bbr.V11i1.5964](https://doi.org/10.21512/Bbr.V11i1.5964)
- Mujahidah, R. M., & Wiwoho, G. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 3(5), 960–975. [Https://Doi.Org/10.32639/Jimmba.V3i5.946](https://doi.org/10.32639/Jimmba.V3i5.946)
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2019). Penelitian : Metode Dan Analisis (H. Mulyanto & A. Wulandari (Eds.); 4th Editio). Cv. Agung Semarang.

- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal Ema*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/Ema.V5i2.55>
- Nora, A. Y. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Internasional Adi Sucipto Yogyakarta. *Optimal*, 13(2), 105–122.
- Novrianda, H., Shar, A., & Arisandi, D. (2022). Increasing Marketing Performance Through Development Of Market Orientation And Entrepreneurship Orientation (A Study On The Participation Of Micro, Small And .... Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal), 10862–10874. <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/5384>
- Nurhasanah, N., & Murwatiningsih, M. (2018). The Influence Of Market Orientation, Learning Orientation, Innovation And Competitive Advantage To Improve Marketing Performance. *Management Analysis Journal*, 7(4), 458–468. <https://doi.org/10.15294/Maj.V7i4.25637>
- Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding University Research Colloquium*, 51–65. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1612>
- Nurudin, N., Muyassarah, M., & Asyifa, L. N. (2021). Competitive Advantage: Influence Of Innovativeness, Marketing Sensing Capabilities And Brand Image On Marketing Kinerja Mse's. *At-Taqaddum*, 13(2), 197–212. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/view/13380>
- Purwanto. (2021). Recovery Marketing Strategy For Custom Bag Producer-Home Industry During The Covid-19 Pandemic. 10(2), 6.
- Ranatiwi, M., & Mulyana, M. (2018). Dampak Jejaring Kolaborasi Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Kinerja. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 49. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.1.49-58>
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2018). Peran Brand Trust Dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty. *Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 185–202.

- Ratnawati, A., Mulyana, M., & Kholis, N. (2023). The Effect Of Marketing Capability On The Marketing Performance Of Islamic Fashion Small Businesses: The Mediator Role Of A Religiocentric Marketing Communication Strategy. *E-Academia Journal*, 12(1), 15–30. <https://doi.org/10.24191/E-Aj.V12i1.21246>
- Retnawati, B. B., & Retnaningsih, C. (2020). Role Of Entrepreneurial Orientation And Market Orientation On Competitive Advantage Through Marketing Performance: The Study At Marine-Based Food Processing Industry In Central Java. *135(Aicmbs 2019)*, 66–71. <https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.200410.011>
- Saori, S., Anugerah, D. M. O., Ayu, A. A. P., Ibrohim, & Al Mugni, K. (2021). Analisis Kinerja Pemasaran Pada Industri Makanan (Studi Kasus Umkm Cv. Nj Food Industries, Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 49–58.
- Sari, A. M., Ardilla, I., Wahyundari, S. P., & Zainarti. (2022). Dampak Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Mmtc Kuliner Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*, 2(2), 3476–3483.
- Sari, F. A. P. W., & Farida, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Umkm Kuningan Juwana Kabupaten Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 345–352. <https://doi.org/10.14710/Jiab.20.20.28117>
- Satia Wiraguna, E. (2022). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Market Intelligence Dan Market Oriented Dengan Specialized Marketing Capabilities Sebagai Mediasi. 1–107. <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/24722%0a>
- Seifi, R., & Dalvi, M. (2014). A Study Of Effects Of Specialized Marketing Capabilities On Performance Marketing Unit Based On Morgan Et Al Case: A Case Of Past Industry In Tehran. *International Journal Of Academic Research In Economics And Management Sciences*, 3. <https://doi.org/10.6007/Ijarems/V3-I1/601>
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Ukm Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V3i2.11897>
- Soneta, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Cv Marissa. In *Industry And Higher Education* (Vol. 3, Issue 1).

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Penerbit Alfabeta Bandung (Vol. 2).
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar. 2(1), 153–165.
- Tangapo, G. N., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. A. (2022). Analisis Kualitas Layanan Pd Pasar Manado Di Pasar Bersehati Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Emba*, 10(4), 1320–1330.
- Ulya, Z. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Industri Kecil Pengolahan Pisang Sale Di Kabupaten Aceh Timur-Aceh). *J-Ebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(2), 114–125.
- Wardani, I. Y., Ruspitasari, W. D., Handoko, Y., Studi, P., Manajemen, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Teknologi, I., & Malang, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe And Food Di Kota Malang. *Jubis*, 3(2), 89–100.
- Wijaya, A., & Dharmayanti, D. (2019). Pengaruh Entrepreneurial Orientation Terhadap Marketing Performance Dengan Marketing Capability Dan Organizational Learning Sebagai Variabel Intervening Pada Pt.Asuransi Central Asia Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 43–51. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.10.2.43-51>
- Wirga, I W. (2015). *Market Orientation Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Hotel Non Bintang Di Kabupaten Badung)*. Administrasi Bisnis Politenik Negeri Bali.
- Wulandary, A., Burhanuddin, B., & Priatna, W. B. (2018). Kinerja Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Pelaku Umkm Olahan Abon Ikan. *Jurnal Agriseip : Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 129–138. <https://doi.org/10.31186/Jagriseip.17.2.129-138>
- Yafi, M. A. (2021). Peran Mediasi Orientasi Kewirausahaan Pada Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*, 6(1), 79–93.
- Yakin, A. H., & Suhaeni, T. (2020). Peranan Orientasi Pasar Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Umkm Lampu Gentur Cianjur. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(1), 15–22. <https://doi.org/10.35313/Jrbi.V6i1.1876>



Zahara, Z., Ikhsan, Santi, I. N., & Farid. (2023). Entrepreneurial Marketing And Marketing Performance Through Digital Marketing Capabilities Of Smes In Post-Pandemic Recovery. *Cogent Business And Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2204592>