

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, M. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GEN-Z DALAM PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) SEBAGAI TEKNOLOGI PEMBAYARAN DIGITAL. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(1), 167–176. <https://doi.org/10.21776/csefb.2022.01.1.14>
- Adiputra, I. M. P., Utama, S., & Rossieta, H. (2018). Transparency of local government in Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 123–138. <https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2018-0019>
- Akademi, R., & Cirebon, M. (2016). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BISNIS MODERN*. 1(4).
- Anggriani Saputri, S., Berliana, I., Nasrida, M., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Palangka Raya, U. (2023). *PERAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI INDONESIA*. 3(1).
- Dasra Viana, E., Febrianti, F., & Ratna Dewi, F. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek Financial Literacy, Financial Inclusion, and Investment Interest Generation Z's in Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Hamdan, U. (2020). *The Effect of Financial Literacy on University Student Consumptive Behavior: Case Study on the Economic Faculty of Sriwijaya University*.
- Hartanti, M. F. P., Mardita, C. N., Tirta, M., Putra, A. R. A., & Setyaningrum, I. (2023). Literasi Pemasaran Digital dan Teknologi Keuangan Sebagai Sarana Peningkatan Omset UMKM di Probolinggo. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 113. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.922>
- Hesthria, N., & Delasmi Jayanti, S. (n.d.). *KONSEP SMART ECONOMY DALAM SUDUT PANDANG EKONOMI ISLAM*.
- Hilwana, A. A., Widyastuti, U., Noviarini, D., Studi, P. S., & Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, B. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z*. <https://doi.org/10.62710/k5em1b31>
- Kemenkeu, D. J. (2023). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Retrieved from *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional*

Meningkat:<https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>.

Maulina, A., Rahmawati, N. F., & Patria, Y. M. (2022). PRAKTEK MODEL PERILAKU NIAT BELI KONSUMEN RAMAH LINGKUNGAN DARI PERSPEKTIF TEORI PERILAKU TERENCANA. *AdBispreneur*, 7(1), 85. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i1.36239>

Optimalisasi *Smart economy* Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung Hariyatna Syaeful Umam, S., & Yunita Mafruhah, A. (2022). *JURNAL N U A N S A A K A D E M I K Jurnal Pembangunan Masyarakat (p)-SA 4.0 license*. 7(2), 355–368.

Prof. Dr. Sugiyono. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*

Rahmadi. (2011). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN ANTASARI PRESS BANJARMASIN 2011*.

Ramadhani, N., Sugesti, A. I., Sagita, D. N., & Purwanto, E. (2025). Pemanfaatan *Marketplace* Digital dalam meningkatkan Kinerja UMKM melalui Sarana Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 20. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3560>

Srisusilawati, P., Malik, Z. A., Silviany, I. Y., & Eprianti, N. (2021). The roles of self efficacy and sharia financial literacy to SMES performance: business model as intermediate variable. *F1000Research*, 10, 1310. <https://doi.org/10.12688/f1000research.76001>.

Susilowati, N., Kardiyem, K., & Latifah, L. (2020). The Mediating Role of Attitude Toward Money on Students' Financial Literacy and Financial Behavior. *JABE (JOURNAL OF ACCOUNTING AND BUSINESS EDUCATION)*, 4(2), 58. <https://doi.org/10.26675/jabe.v4i2.6622>

Bidasari, B., Goso, G., Sahrir, S., & Hamid, H. (2023). Peran literasi keuangan dan literasi digital dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 11(2), 145–158.

Endayani, A. N. (2023). Peran fintech sebagai literasi keuangan dalam pemberdayaan UMKM (Studi fenomenologi pada UMKM pengguna dompet digital ShopeePay di Kabupaten Karawang). *Jurnal Ekonomi Syariah dan Keuangan Digital*, 6(1), 55–68.

Ismail, K., Rohmah, M., & Putri, D. A. P. (2023). Peranan UMKM dalam penguatan ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 1–12.

- Mirdasse, S. (2023). Digital marketing in a context of digital transformation. *Journal of Digital Marketing Studies*, 5(2), 101–115.
- Santoso, S., & Haryatna, H. (2022). Peran *smart economy* dalam penguatan ekosistem UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 89–102.
- Septiani, W., Nugraha, A., & Putra, R. (2021). Peran digitalisasi UMKM dalam pengembangan ekonomi desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 23–31.
- Sharabati, A. A. A., Fuqaha, S., Abu-Rumman, A., & Al-Khatib, H. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs. *Sustainability*, 16(19), 1–18.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 112–125.
- Umam, H. S., & Mafruhah, A. Y. (2022). Strategi optimalisasi *smart economy* dalam peningkatan daya saing UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 77–90.
- Firdaus, R. F., & Fasa, M. I. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Digital pada Perusahaan E-commerce di Indonesia : Studi Kasus pada Tiktok Shop*. Retrieved <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Hilwana, A. A., Widyastuti, U., Noviarini, D., Studi, P. S., & Digital Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, B. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z*. <https://doi.org/10.62710/k5em1b31>
- Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku Umkm Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4256. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10856>
- Mualim Hasibuan, I., Erianto, R., & Sumatera Utara Medan, U. (2024). CONTRIBUTION OF THE MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (UMKM) SECTOR TO THE INDONESIAN ECONOMY. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 5(1).
- Nida, R. (n.d.). The impact of digital transformation on financial inclusion: Evidence from MSMEs in Indonesia. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 12(4), 2355–8520. <https://doi.org/10.22437/ppd.v12i4.36399>

Prof. Dr. Sugiyono. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.

Rahmadi. (2011). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN ANTASARI PRESS BANJARMASIN 2011*.

Rybczewska, M., Sparks, L., & Sułkowski, Ł. (2020). Consumers' purchase decisions and employer image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102123>

Srisusilawati, P., Malik, Z. A., Silviany, I. Y., & Eprianti, N. (2021). The roles of self efficacy and sharia financial literacy to SMES performance: business model as intermediate variable. *F1000Research*, 10, 1310. <https://doi.org/10.12688/f1000research.76001.1>