

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H. *et al.* (2020) *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Alimuddin, M. and Poddala, P. (2023) 'Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha', *Journal of Career Development*, 1(1), pp. 54–70.
- Cornet, D., Bonnet, J. and Bourdin, S. (2023) 'Digital entrepreneurship indicator (DEI): an analysis of the case of the greater Paris metropolitan area', *Annals of Regional Science*, 71(3), pp. 697–724. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01175-1>.
- Erdfelder, E. *et al.* (2009) 'Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses', *Behavior Research Methods*, 41(4), pp. 1149–1160. Available at: <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>.
- Febi Mahardika, N. and Cahya, S.B. (2023) 'Analisis Minat Berbisnis Online Pada Siswa Jurusan Bisnis Daring Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Swasta (Smks) Ketintang Surabaya', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Ghozali (2018) 'Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9', *Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23 (2)(1470), p. 1494.
- Hair, J.J.F. *et al.* (2017) *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, *International Journal of Research & Method in Education*.
- Iqbal (2021) 'Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh)', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), pp. 83–93. Available at: <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>.
- Kang, H. (2021) 'Sample size determination and power analysis using the G*Power software', *Journal of Educational Evaluation for Health*

- Professions*, 18, pp. 1–12. Available at:
<https://doi.org/10.3352/JEEHP.2021.18.17>.
- Khoiri, M. *et al.* (2022) ‘Pembinaan Motivasi Dan Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa Smk Hidayatullah Kota Batam’, *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(4), pp. 524–529. Available at: <https://doi.org/10.53769/jai.v2i4.346>.
- Moorthy, T. and Sahid, S. (2022) ‘The Influence of Digital Marketing Literacy on Entrepreneurship Behavior among Public University Students in Malaysia’, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(1). Available at: <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i1/11837>.
- Mustofa, C. (2023) ‘BERWIRUSAHA MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2019)’.
- Ndruru, N. (2023) ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1), pp. 54–65.
- Purnomo, R.A. (2016) *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, Cv. Wade Group.
- Sadiku-Dushi, N., Dana, L.P. and Ramadani, V. (2019) ‘Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance’, *Journal of Business Research*, 100(December 2018), pp. 86–99. Available at:
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.025>.
- Sartono, S. (2021) ‘Kewirausahaan Digital’, *JURNAL BENEFIT*, 8(2), p. 6.
- Setyaningrum, A. and Ramawati, Y. (2020) ‘Peran Dimensi-Dimensi Entrepreneurial Marketing dalam Mendorong Kesuksesan Bisnis UMKM di Industri Ekonomi Kreatif’, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), p. 125. Available at: <https://doi.org/10.26418/jebik.v9i2.39818>.
- Sugiyono, D. (2017) *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta.
- Sundari, S. and Lestari, H.D. (2022) ‘Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan’, *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), pp. 94–99.

- Available at: <https://doi.org/10.56681/wikuacity.v1i1.23>.
- Susanti, R., Ananda, L.R. and Silvia, E.D. (2022) 'Digital marketing and entrepreneurial marketing in optimizing customer loyalty', *Jurnal Ipteks Terapan*, 16(3), pp. 406–415.
- Wahyuningtyas, A.C. (2019) 'Berbisnis Online Melalui Media Sosial', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2). Available at: <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v7i2.18197>.
- Wang, F. (2020) 'Digital marketing capabilities in international firms: a relational perspective', *International Marketing Review*, 37(3), pp. 559–577. Available at: <https://doi.org/10.1108/IMR-04-2018-0128>.
- Widhiarso, W. (2012) 'Memperkenalkan Program G * Power untuk Mengkalkulasi Berapa Ukuran Sampel untuk Penelitian Aplikasi Kasus', pp. 3–6.
- Yan Aditiya, Sri Rahayu and Rumangkit, S. (2021) 'Pelatihan Starup Digital dan Digital Marketing bagi Siswa-Siswi Sekolah Menengah Atas (SMA Negeri 1 Metro)', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), pp. 97–103. Available at: <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.17>.
- Zahara, Z. *et al.* (2023) 'Entrepreneurial marketing and marketing performance through digital marketing capabilities of SMEs in post-pandemic recovery', *Cogent Business and Management*, 10(2). Available at: <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2204592>.
- Kompasiana (2023). Motivasi Bisnis: Kunci Menuju Kesuksesan Online. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/bisnisautopilot2914/645b433708a8b5343c7cfee5/motivasi-bisnis-kunci-menuju-kesuksesan-online>
- Swa (2022). Digital versus conventional entrepreneurial marketing di Indonesia. Retrieved from <https://swa.co.id/swa/my-article/digital-versus-conventional-entrepreneurial-marketing-di-indonesia>
- BPS Statistik (2022). Tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat Pendidikan. Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/6/1179/1/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html>

Lampost (2023). 15.965 Pelajar di Lampung putus sekolah sepanjang 2023.

Retrieved from <https://m.lampost.co/berita-15-965-pelajar-di-lampung-putus-sekolah-sepanjang-2023.html>.