

DAFTAR PUSTAKA

- Adipoetra, IG (2004), *Metode Penelitian*, Yayasan Gayatri, Jakarta.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitments to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-8.
- Andrews, J. dan D.C Smith (1996). "In Search of the Marketing Imagination: Factors Affecting the Creativity of Marketing Programs for Mature Products." *Journal of Marketing Research*. Vol. 33, No.2, hal. 87-174. Asdep Kewirausahaan Pemuda, 2009.
- Brancheau, J.C. (1987). *The diffusion of information technology. Upublisert doktoravhandling*. Universitetet i Minnesota, Minneapolis.
- Cook, W.M. (1992). The buddy system. *Entrepreneur*, Nov:52.
- Dollinger, M. J. (1999). Entrepreneurship: Strategies and resources. *Prentice Hall*, ISBN 0137459939 (Upper Saddle River, NJ).
- Dean, D. L., Mengüç, B., & Myers, C. P. (2000). "Revisiting firm characteristics, strategy, and export performance relationship: a survey of the literature and an investigation of new zealand small manufacturing firms". *Industrial Marketing Management*, 29(5), 461-47.
- Evangelista, F. U. (1994), "Export performance and its determinants: Some empirical evidence from Australian manufacturing firms". *Advances in International Marketing*, 6, 207-229.
- Ferdinand, Augusty. 2000. "Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategy". *Research Paper Series*. No.01 . Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ginjar Suendro. 2010. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapaian Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan)". *Jurnal Fakultas Magister Manajemen UNDIP*.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: A theory of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.
- Gulati, R., Nohria N., & Zaheer A., (2000), "Strategic networks", *Strategic Management Journal*", 21(3), 203-216.
- Håkansson, H., (1997). Organization networks. I Sorge, A., Warner, M: The IEBN Handbook of Organizational Behavior. *International Thomson Business Press*. London 1997; 232-240.
- Hariyanto, Merry & Yoestini (2003), Analisis Orientasi Strategi dan Kinerja Penjualan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 2 (2), 197-218.

- Hite, J. (2005). Evolutionary processes and paths of relationally embedded network ties in emerging entrepreneurial firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29;113-44.
- Imam Ghozali. 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- , 2006. *Aplikasi SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- , 2011 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan V. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ismawanti, Eryanafita, 2008, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Dengan Faktor lingkungan sebagai Variabel Moderat*, Tesis Magister Manajemen, UNDIP Semarang, Unpublisied.
- Johanis W Kiuk (2001), Marketing Strategy Making, Faktor, Proses dan Efektivitasnya, *Jurnal Sains pemasaran Indonesia*, Vol I, Nomor 2, Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi UNDIP Semarang.
- Khamidah, Nur, 2005. "Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Inovasi Produk dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Perusahaan Kerajinan Keramik di Sentra Industri Kasongan Kabupaten Bantul, Yogyakarta)." *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol IV, No 3 Program Magister Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Katsikeas, C. S., Deng, S. L., & Wortzel, L. H. (1997). "Perceived export success factors of small and medium-sized Canadian firms". *Journal of International Marketing*, 5(4), 53-72.
- Keats BW dan Hitt MA, 1998, "A Causal Model of Linkages Among Environmental Dimentions, Macro Organizational Characteristic and Performance" *Academy of Management Journal*, Vol. 31, p.570-598.
- Keeh, Hean Tat, Nguyen, Mai, Ping, 2007. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Informationon the Performance of SMEs." *Journal of Bussines Venturing*, Juli. Vol.22, Issue 4, P.592-611.
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Larson A, & Starr JA. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 5-18.
- Lukiastuti, Fitri (2012), "Pengaruh Orientasi Wirausaha Dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Peningkatan Kinerja UKM dengan Komitmen Perilaku sebagai Variabel Interviening (Studi Empiris pada Sentra UKM Batik di Sragen, Jawa Tengah)", *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 8 (2), 155-175.
- Malecki, E.G. (1997). Entrepreneurs, networks, and economic development: A r eview of recent research.

- Mangham I, & Pye A.(1991). *The doing of managing*. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Mardiyanto, A. (2002). “Studi Mengenai Kreativitas Program dan Kinerja Pemasaran.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 1, No. 1, hal. 5778.
- Martin, T. N. & Hunt, J. G. (1980). Social influence and intent to leave: *A path-analytic process model*. *Personnel Psychology*, 33, 505-528.
- Maslichan dan Dian Ayu LD. (2017). “Analisis Pengaruh Kreativitas Program Pemasaran, Hubungan Dengan Pelanggan Terhadap Inovasi Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Ukm Pengolahan Kayu Di Kabupaten Rembang).” *Buletin Bisnis & Manajemen*. Volume 03, No.02, Agustus 2017.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Gellatly, I. R. (1990). Affective and continuance commitment to the organization: Evaluation of measures and analysis of concurrent and time-lagged relations. *Journal of Applied Psychology*, 75, 710-720.
- Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 62, 237-237.
- Mudiantono & Bambang Agus Purnomo (2005), Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar, Periklanan, Ekuitas Merek, dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.IV, No.2, 173-192.
- Mulyani, Ida Tri. (2015). “Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Semarang).” *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015, Halaman 1-12.
- Narver, John. C., and Stanley F. Slater. 1990. “The Effect of a Market Orientation on Business Profitability”. *Journal of Marketing*. P.20-35
- Prakosa, Bagas. 2005. “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang)”. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol. 2 No. 1.
- Price, J. L. & Mueller, C. W. (1981). *Professional turnover: The case of nurses*. New York: SP Medical and Scientific.
- Rohmaniyah, Alfiatur. (2017). “Peningkatan Kreativitas Pemasaran Dan Kualitas Networking Berbasis Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.” *EKOBIS*. Vol.18, No.2, Juli 2017, Hal : 149 – 163.
- Setiasri, Rahma Imaniar (2017). “Pengaruh Inovasi Produk Dan *Network Capital* Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Batik Kampung Batik Pesindon Kota

- Pekalongan.” *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration 2017*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Shore, L. M. & Barkdale, K. A. (1991). Longitudinal assessment of the antecedents of affective and continuance commitment. *Paper presented at 51st Annual Meeting of the Academy of Management*.
- Sijabat, Rauly (2017). “Penguatan Kinerja Pemasaran Melalui Pengembangan Inovasi Dan Kreativitas Program Kerja Pada Wirausaha Muda Di Semarang.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Volume XVI, No. 1, Mei 2017, hal 26-43
- Sugiyono, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung.
- . 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- . 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung.
- Sulistiyani. (2013). “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Program Pemasaran Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah di Kota Semarang.”, *Proceeding Seminar Nasional dan Call For papers Sancall*, ISBN:978-979-636-147-2
- Szymansky, D.M., Badrawaj, S.G. & Varadarajan, P.R.. 1993. “An Analysis of the Market Share, Profitability Relationship”. *Journal of Marketing*. Vol. 57 (July): p. 1-18.
- Tribuana Dewi, Sensi . 2006. *Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*. Tesis Magister Manajemen (tidak di terbitkan). Semarang. Universitas Diponegoro
- Utaminingsih, Adijati. 2016. “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara.” *Media Ekonomi Dan Manajemen*. Vol. 31 No. 2 Juli 2016
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67.
- Voerman, J.A., (2003). *The export performance of European SMEs*. Disertasi doktoral yang tidak dipublikasikan. Labyrinth Publication, Netherland.
- W. Zimmerer, M. Scarborough. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta : Salemba Empat.
- Whitener, E. M. & Walz, P. M. (1991). Determinants of commitment and turnover: A test of a model derived from exchange theories. *Paper presented at the 51st Annual Meeting of the Academy of Management*.

- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91.
- Woo CY, Folta T, & Cooper AC. (1992) Entrepreneurial search: Alternatives theories of behavior. *Frontiers of Entrepreneurship Research - 1992*. Wellesley, MA: Babson College; p. 31-41.