

## DAFTAR PUSTAKA

- Astrid, Orsini Depary, (2010), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Untuk umum (SPBU) Semarang, Tesis, Dipublikasikan, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Barney, J. B, (1991). “Firm resources and sustained competitive advantage”. *Journal of Management*, 17(1): 99-120.
- Buble, M. Et al (2003): *Successful Competitive Strategies of Large Croation and Slovenian Enterprises. Management. Vol : 8, No : 1, pp : 1-112*
- Farida.(2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center di Kota Malang].*Jurnal Ekonomi Bisnis, 1-15*
- Ferdinan, A.T., (2000), *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Stratejik*, Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ferdinan. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. 2002.*Marketing Strategi Making: Poses & Agenda Penelitian. Jurnal*

Sains Pemasaran Indonesia. 1 (1): 1–22.

Ferdinand, Augusty., 2000. “*Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategy*”.

Research paper serie.No. 01 Program Megister Manajemen 21. Edisi 7,  
Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Hadiwidjojo, D. 2012. Kapabilitas Pemasaran sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Menengah di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 10 (3): 472–484

Halim; Hadiwidjojo, D., Solimun., dan Djumahir. 2012. Kapabilitas Pemasaran sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran.*Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(3): 472-484.

Hatta, I. H. 2015. Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. 13 (4): 653–661.

Juttner, U. & Wehrli, H.P (1994): Competitive advantage: Merging Marketing and the Competence-based Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol : 9, No : 4, pp : 44-53

Keats BW dan Hitt MA, 1998, “A Causal Model of Linkages Among Environmental

Dimensions, Macro Organizational Characteristic and Performance”  
 Academy of Management Journal, Vol. 31, p.570-598.

Killa, M.F. 2014. Effect of Entrepreneurial Innovativeness Orientation, Product Innovation, and Value Co- Creation on Marketing Performance. *Journal of Research in Marketing*, 2(3): 198-204..

Killa, M.F. 2014. Effect of Entrepreneurial Innovativeness Orientation, Product Innovation, and Value Co- Creation on Marketing Performance. *Journal of Research in Marketing*, 2(3): 198-204.

Kotler, P. 2007. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta

Lee, J. S & Hsieh, C. J. 2010. A Research in Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Business & Economics Research*. 8 (9): 109–120.

Lukas, B.A. dan Ferrell, O.C. 2000. The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, DOI 10.1177/0092070300282005, Vol.28, No.2 (2009), <http://www.uk.sagepub.com/chaston/Chaston%20Web%20readings%20chapters%201-12/Chapter%208%20%2017%20Lukas%20&%20Ferrell.pdf>. Diakses 22 Februari 2014. Hal.239-247.

Mas’ud, Fuad (2004), *Survai Dignosis Organisasional (Konsep dan Aplikasi)*. Badan

Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Nasution, M.N. 2005. Total Quality Management. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

O'shannassy (2008). Sustainable Competitive Advantage or Temporary Competitive Advantage Improving Understanding of an Important Strategy Construct, *Journal of Strategy and Management*. 1(2), pp 168-180

Potocan. (2013). marketing capabilities for innovation-based competitive advantage in the slovenian market. *innovative issue and approaches in social sciences*, vol. 6, No.1, 118-134.

Serna, Maria del Carmen Martinez, Gonzalo Maldonado Guzman, & Sandra Yesenia Pinzon Castro (2013). The Relationship Between Market Orientation and Innovation in Mexican Manufacturing SME's. *Advance in Management & Applied Economics*, Volume 3, No. 5, 125-137

Taghian, Mehdi (2010, August) : Marketing Planning : Operationalising the market orientation strategy. *Journal of Marketing Management*. Vol: 26, Nos: 9-10, pp: 825-841

Tjiptono, Fandy. 2008. Pemasaran Strategik. Penerbit : Andi Offset. Yogyakarta.

- Uripi, C. R & Asari, M. 2016. Membangun Kinerja UMKM dengan Kapabilitas Pemasaran. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*. 6 (1): 158– 167.
- Vorchies, D.W. and Morgan, N.A. (2005). “Benchmarking marketing capabilities for sustainable competitive advantage,” *Journal of Marketing*, Vol. 69 No. 1, pp. 80-94.
- Wahyono, 2002. “Orientasi Pasar dan Inovasi : pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran” (Studi kasus pada Industri Meubel di Kabupaten Jepara). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol I, No 1 Program Megister Manajemen. Universitas Diponegoro.
- Wahyono. 2002. “Orientasi Pasar dan Inovasi : pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Industri Mebel di Kabupaten Jepara)”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.1 NO. 1 Hal : 23-40*.
- Wardoyo, P., Rusdianti E., dan Purwantini S. 2015. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Usaha dan Kinerja Bisnis UMKM di Desa Ujung- Ujung, kec. Pabelan, Kab. Semarang. *Journal & Proceeding feb UNSOED*, 5(1): 1-19.
- Weerawardena, J. (2003): The role of marketing capabilities in innovation-based competitive advantage. *Journal of Strategic Marketing*. Vol: 11, pp : 15-35.