

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. P. P., & Mandala, K. (2017). *Pengaruh Kompetensi Dan Kapabilitas Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Perusahaan*. 6(11),60906119.
- Afshargasemi, A. Zain, M. Sambasvian, M. Imm, S. 2013. Market Orientation, Government Regulation, Competitive Advantage and Internationalization of SMEs: A study in Malaysia. *Journal of Business Administration Research*, 2(2), pp: 13-22.
- Akimova, Irina. 1999. Development of Market Orientation and Competitiveness of Ukrainian Firm. *European Journal of Marketing*, pp: 1128-1146.
- Arini, T. Soemanhadiwijojo. 2015. *Panduan Praktis Menyusun Key Performance Indicator*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Arief, M., & Widayatmoko, D. H. (2018). Effect of Store Image on Loyalty Store Through Store Satisfaction in Islamic Swalayan Stores. *Jhss (Journal of Humanities and Social Studies)*, 2(2), 34–39.
- Atalay, M., N. Anafartand., F. Sarvan. (2013). The relationship Between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 75, pp: 226-235.
- Baker, William E., James M. Sinkula, (1999), “The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, p.41-427.
- Bharadwaj, S., Varadarajan, P., & Fahy, J. 1993. Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), pp: 83-99.
- Christy, P. B., and Kavitha, S. 2014. Fashion Retailing and Advertisements. *International Journal of Management Research and Riview*, 4 (7): 900-904.
- Devi Pcuspitassari, Syahmurni, Rina Rosmawati. 2012. *Membuka Usaha Eceran/Ritel*, Jakarta: Penerbit Inti Prima Promosindo.

- Dewi, Sensi Tribuana 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Published Tesis S2*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Djodjobo, C. V., dan Tawas, H. N. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Journal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2 (3):1214-1224.
- Droge, & Vickery. F. (2014). *Production competence revisited - A critique of the literature and a new measurement approach*. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(4), 536–560.
- Dunne, Patrick M. Lusch, Robert F. & Griffith David A. 2002. *Retailing*. Delhi, South Western, A Division of Thomson Learning.
- Echdar, Saban. (2014). Strategi Usaha Kecil Ritel Untuk Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus di Kota Makassar). *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18 (3), 311–329.
- Franky Slamet, dkk. 2018. *Dasar-dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Jakarta:PT. Indeks.
- Garcia, R., & Calantone, R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management*, 19(2), 110–132.
- Ghifary, M. T. (2015). Analisis Terhadap Dimensi-Dimensi Social Capital Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai (Studi Pada BPJS Kesehatan Cabang Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(1).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51.
- Healy, B., Ledwith, A. and O'Dwyer, M. (2014), "Perceptions of product advantage, NPD and organisational performance", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 21 No. 1, pp. 49-68.

- Hurley, F., & Araya-Castillo, L. A. (2005). Servant Leadership, Innovative Capacity and Performance in Third Sector Entities. *Frontiers in Psychology*, 11(February), 1–15.
- Jin, K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (2004). Market orientation and organizational performance: *Journal of Marketing*, 62(4), 30–45.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi Ketiga belas. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Leba, E. 2015. Pengaruh Atmosfer Gerai dan Promosi terhadap Pembelian Impulsif yang dimediasi Emosi Positif. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4 (1): 1-17.
- Lee, L. T. S. (2008). *The effects of team reflexivity and innovativeness on new product development performance. Industrial Management and Data Systems*, 108(4), 548–569.
- Mulyana, M., Hendar, H., Zulfa, M., & Ratnawati, A. (2020). Marketing Innovativeness on Marketing Performance: Role of Religio-Centric Relational Marketing Strategy. *Journal of Relationship Marketing*, 19(1), 52–74.
- Mulyana, S. 2014. Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan *Quadruple Helix*: Studi pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13 (3): 304-321.
- Porter, Michael, E. 2007. *Strategi Bersaing (Competitive strategy)*. Tangerang Karisma publishing group.
- Prasetyo, T. & Harjanti, D. (2013). Modal Sosial Pengusaha Mikro dan Kecil Sektor Informal dan Hubungannya dengan Kinerja Bisnis di Wilayah Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 1641-1644.
- Puspitasari, Ratih Hesty Utami. (2015). Orientasi Pasar dan Inovasi Produk sebagai Strategi untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Mebel Jepara. *Prosiding Seminar Nasional Kebangkitan Teknologi Tahun 2015*. h: 135-148.
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). *Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Bisnis. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1481.

- Sandvik, I. L., & Sandvik, K. (2003). The impact of market orientation on product innovativeness and business performance. *International Journal of Research in Marketing*, 20(4), 355–376.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*, Penerbit Alfabeta Bandung. Yogyakarta.
- Sugiyono, 2018. *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Analisis Deskriptif*. Bandung: Alfabeta.
- Sorescu, A., Frambach, R. T., Singh, J., Rangaswamy, A., & Bridges, C. (2011) Innovations in Retail Business Models. *Journal of Retailing*, 87(October 2017), S3–S16.
- Usvita, M. 2015. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening* (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), h: 31-37.
- Wahono, E., & Subagio, H. (2013). Analisa Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Calais Grand City Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–9
- Pertiwi D., dan Siswoyo, B.Banu. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kripik Buah Di Kota Batu. Syariah *Paper Accounting FEB UMS*. Hal. 231-238.
- Zhou, K. Z., Brown, J. R., & Dev, C. S. (2009). Market orientation, competitive advantage, and performance: A demand-based perspective. *Journal of Business Research*, 62(11), 1063–1070.