

DAFTAR PUSTAKA

- Adijati Utaminingsih. (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*, 31(2), 77–87. <https://media.neliti.com/media/publications/149462-ID-pengaruh-orientasi-pasar-inovasi-dan-kre.pdf>
- Alrubaiee, L. (2013). An Investigation on thr Relationship Between New Service Development, Narket orientation, and Marketing Performance. *European Journal of Bussiness and Management*, 5, 1–26.
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Celebes Media Perkasa.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipata.
- Asashi, T., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 4, 2017: 1816-1845, 6(4), 1816–1845.
- Boac, D., and B. R. (2001). New Product Management Praticess of Small High Technplogy Firms. *Journal of Product Inovation Management*, 56–67.
- Brahmanthara, K. A., & Yasa, N. N. K. (2017). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran*. 27–28.
- Chandra, F. T. dan G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Dewi, S. N., & Nuzuli, T. (2017). Peran Promotional Mix Sebagai Variabel Moderasi Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Pesaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 12 No 2 (2017): Hal. 140-152*, 2, 140–152.
- Darmanto, Sri Wardaya, Titik Dwiyani. (2012). *Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organisasi*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariare dengan Program IMB SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Han, Jin K, Narwoon Kim & Srivastava, R. K. (1998). Market Orientation an Organization Performance: Is Inovation Missing Link? *Journal of Marketing*, 42–54.
- Hartanty, I. T., & Ratnawati, A. (2013). Peningkatan kinerja pemasaran melalui

- optimalisasi keunggulan bersaing. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 72–89.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Hatta, I. H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13.
- Heri, S. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Singet Skala Kecil DI Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, VIII.
- Heri Setiawan. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(November), 12–19.
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018a). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2227>
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018b). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158.
- Juan, J. L., & Zhou, K. Z. (2010). How foreign firm achieve competitive advatage in the Chinese emergin economy: managerial ties an market orientasi. *Journal of Business Research*, 63.
- Kaur, Gurjeet and Mantok, S. (2015). Role of Marker Orientation and Competitive Advatage In Firm’s Performance. *IJABER*, 13, 1229–1241.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Jilid2 ed.). Phenhalindo.
- Kotler, P. and K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu).
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga.

- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Manek, D. (2013). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Pengolahan di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XII, 121–148.
- Mavondo, F. T. (2005). Learning Orientation and Market Orientation: Relationship With Innovation, Human Resource Practice and Performance. *Jurnal Marketing*, 39.
- Michael, E. P. (2008). *Competitive advantage: Menciptakan dan Mempertahankan kinerja Unggul*. Kharisma Publishing.
- Mintzberg, Henry, James Brian Quinn, dan J. V. (1995). *The Strategy Process*. Prentice Hall International.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 20–35.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1995). Market Orientation and The Learning Organization. *Journal of Marketing*, 134.
- Nasir, A. (2017). *The influence of product innovation toward marketing performance at furniture companies in pasuruan regency*. 5(1), 20–25.
- Nasution. (2005). *Total Quality Management*. PT Gramedia Pusat Utama.
- Primaningtyas, M. (2012). Jurnal sains pemasaran indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XI(3), 283–300.
- Sampurno. (2010). *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan* (Edisi Pert). BPFE.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*.
- Tawas, H., & Djodjobo, C. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1214–1224.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Andi Offset.
- Tjiptono Ph.D, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian*. Andi.

- Ujang Sumarwan, Achmad Fachrodji, Adman Nursal, Arisetyanto Nugroho, Erry Ricardo Nurzal, Ign. Anung Setiadi, Suharyono, Z. A. (2010). *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*. IPB Press.
- W.A, S. (2012). *A Value Creation Approach*. Prasetya Mulya Publishing.
- Wahyono. (2002). Orientasi Pasar dan Inovasi : Pengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1, 28–29.
- Wahyuningsih, R. (2020). Keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran : orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, adaptasi lingkungan, inovasi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 79–91. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i2.4593>

