

DAFTAR PUSTAKA

- 2), 3). (n.d.).
- Abdulla et al, 2015, Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian “Martabak Bandung” Di kota Gorontalo, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol3no.1
- Afriyie, S., Du, J., & Musah, A.-A. I. (2019). Innovation and marketing performance of SME in an emerging economy: the moderating effect of transformational leadership. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 40
- Aksoy, H. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, 51(1), 133-141.
- Almira, A. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN MAISON NOB. 3*.
- Alwi, Taufik and Esti Handayani. 2018. “Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk.” (April).
- Arief, M., & Rosiawan, R. . (2018). Kinerja Pemasaran Berdasarkan Orientasi Pasar Melalui Inovasi Produk: Pengujian Empiris Pada UMKM di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 14(3), 129-141. <https://doi.org/10.21067/jem.v14i3.2799>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dan, K., & Bersaing, K. (2021). *KOTA PINANG PENDAHULUAN*.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. 2017. “KEUNGGULAN BERSAING MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK.” 3(1):18-31.
- Efrata, T. C., Radianto, W. E. D., Marlina, M. A. E., & Budiono, S. C. (2019). The Impact of Innovation, Competitive Advantage, and Market Orientation on Firm’s Marketing Performance in the Garment Industry in Indonesia. In *In 2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 19)*. Atlantis Press
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8.C.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, Tulus and Sabar Marniyati. 2017. “Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing.” *Jurnal Bisnis & Manajemen* 17(2):51–68.
- Hendrayati, H., & Gaffar, V. (2016). Innovation and Marketing Performance of Womenpreneur in Fashion Industry in Indonesia. *Procedia - Social*

- and Behavioral Sciences, 219, 302. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.04>
34.
- Kreativitas, P., Dan, I., Produk, R., Terhadap, I., & Pembelian, K. (2020). *e-ISSN 2716-4381 (media online) Journal Research Management* (. 02(1), 58–67.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited 2016.
- Lapian, A. A., Massie, J., dan Ogi, I. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. BPR Prisma Dana Amurang. *Jurnal EMBA* Vol. 4 NO. 1, 1330-1339 .
<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article>. Diakses 14 Februari 2018
- Mardiyono, A. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar, Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Tinjauan Teoritis). *Jurnal Ilmiah*, Hal. 48-59
<https://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/viewFile/143/600>. Di akses 21 Desember 2017.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Data dan Analisis Data Sekunder*. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Maslichan, dian ayu liana dewi. (2017). ANALISIS PENGARUH KREATIVITAS PROGRAM PEMASARAN, HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN TERHADAP INOVASI PRODUK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PEMASARAN. 03(02), 69 79.
- Nugraha, V. R. (2019). Pengaruh Inovasi produk, kualitas informasi, inovasi terhadap kinerja operasional. Universitas Islam Indonesia.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pusaka Setia
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung:
- Produk, P. K., Dan, I. P., & Ernawati, D. (2019). *PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*. 7, 17–32. Alfabeta.
- Rafdinal, W., & Amalia, F. A. (2019). Increasing Purchase Decisions on Palm Oil Seeds through Marketing Mix and Trust. *strategies*, 23, 18.
- Rasyidi, M. F., & Sudjatno. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran 25492292 45 Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 4–5.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rika Devi Kurniasari, Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2018. Hlm. 36.
- Rokhim, A. N., Zainudin, M., & Mujahidin, A. (2021). *ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARUNG BAKSO & MIE AYAM PITA PITU E BOJONEGORO TAHUN 2021 Dalam penelitian ini , peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif . Menurut Mukhtar (2013 : 10) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan*. 1–5.

- Sarjita. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia Di Kabupaten Bantul. JBMA – Vol. IV, No. 2, Hal. 27-38
<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/64>. Diakses 21 Desember 2017
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung:PT.Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (MixedMethods). Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:PT.Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, D. 1994. Kreativitas, Kebudayaan dan Perkembangan Iptek. Bandung: Alfabeta
- Sutapa, Mulyana, & Wasitowati. (2017). The Role of Market Orientation, Creativity and Innovation in Creating Competitive Advantages and Creative Industry Performance. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 152–166.
<https://doi.org/10.15294/jdm.v8i2.12756>.
- Tahun, V. N., Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kisworo, A. Y. (2020). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan, Efektivitas Iklan, dan Brand Trust Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*.5(2),133–145
- Talaja, Anita, Dario Miočević, Nikša Alfirević, and Jurica Pavičić. 2017. “Market Orientation, Competitive Advantage and Business Performance: Exploring to the Indirect Effects.” *Drustvena Istrazivanja* 26(4).
- Tjiptono, F., dan G. Chandra. 2017. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM batik di Kabupaten Jombang. *EQU LIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*,5(1), 58–60. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- WEBSITE : <http://www.matahari.co.id/en/about>).