

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Aminudin, L. O., Bua, H., & Nur, N. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Kelengkapan Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Cussons Baby Pada Pt.Matakar Kendari. *JMK*, 13(1).
- Darsono. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Mulia Makmur Lestari. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3).
- Dewi, N. M., & Ekawati, N. W. P. (2017). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 4947–4977. <https://media.neliti.com/media/publications/24%0A9598-peran-keunggulan-bersaing-dalammemedias-e0588528.pdf>
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Stratejik: Konsep Khusus dan Implementasi*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Espurini, W. (2017). *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (Simpeg) Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Instalasi Narkotika, Psicotropika Dan Zat Adiktif (Napza) Rumah Sakit Jiwa Provinsi Jawa Barat*.
- Ferdinand, A. T. (2003). Keunggulan Diferensiasif. *Jurnal Bisnis Strategi*, 12, 1–15.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Struktural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit UNDIP.
- Gunistiyo, & Hanfan, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran UMKM*. Penerbit Indonesian Research Society.
- Gunistiyo, & Prihadi, D. (2023). *Strategi Pemasaran Keunggulan Bersaing Berbasis Kloning Produk*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Haji, S. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing terhadap iInerja Pemasaran Usaha Cengkeh di Bawean. *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 6(2), 1–18.
- Hasan, A. (2018). *Marketing*. Media Pressdindo.
- Hasanuddin, A. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi, Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan terhadap Pendapatan Petani Kentan di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 345–362.
- Indriani, I. (2016). Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada PT. Sinar Kalimantan Berau Tanjung Redeb. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Karina, M., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Konvesi Kabupaten Legok Gempol. *BALANCE : Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, 19(1), 87–96.

<https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.11882>

- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Laisa, Z., Taan, H., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo. *Jambura Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 437–445.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Listyarso, A. (2005). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Dan Kinerja Perusahaan Dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Perusahaan Jasa Konstruksi Kelas Kecilmenengah Di Kota Semarang). *Masters Thesis, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro*.
- Manurung, M. T., Sugiarto, J., & Munas, B. (2018). Membangun Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis pada Industri Kecil Menengah Tenun Ikat di Troso, Jepara. *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 2(1), 1–18.
- Mulyadi. (2018). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.
- Musa, H., Rahim, N. A., Azmi, F. R., Shibghatullah, A. S., & Othman, N. A. (2019). Social Media Marketing and Online Small and Medium Enterprises Performance: Perspective of Malaysian Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, 6(7), 1–5.
- Nawangasasi, E., & Friantin, S. H. E. (2021). Peran Kinerja Pemasaran yang dipengaruhi tingkat penjualan ditinjau dari aspek produk tempat, harga, promosi pada kinerja pedagang jajanan pasar desa Karangpandan Kab. Karanganyar. *Advance Jurnal Akuntansi*, 8(1), 31–53.
- Novitasari, H. I. (2018). Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Kerajinan Gerabah Di Kasongan). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 1–18.
- Oktapriani, R., Muniroh, L., & Eldine, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Online Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi kasus pada UMKM Tas Desa Bojong Rangkas, Kabupaten Bogor). *Prosiding LPPM UIKA BOGOR*, 13–23.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2020). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Porter, M. (2020). *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Erlangga.
- Rahmawati, E. D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Baru Press.
- Ramadhan, D. D. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Iklan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening. *Pragmatis Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 100–111.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring customer satisfaction: gaining customer relationship strategy. Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan analisis kasus PLN - JP*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia.

- Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran (studi kasus usaha kerajinan kayu di kecamatan Tagulandang kabupaten Sitaro). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 1–18. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40691>
- Saladin, H. D. (2020). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Linda Karya.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2019). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media.
- Shimp, T. A. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Simamora, H. (2019). *Manajemen Pemasaran Internasional* (Edisi Ceta). Salemba Empat.
- Siregar, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media Group.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1995). Market Orientation and The Learning Organization. *Journal of Marketing*, 59, 63–74.
- Soim, F. M., Suharyono, & Abdillah, Y. (2018). pengaruh *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(1), 146–153.
- Sutisna. (2019). *Perilaku konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B., & Irawan. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, Fandi, & Chandra, G. (2019). *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2018). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi.
- Wong, T. V., & Sijabat, R. (2022). Pengaruh *Brand image*, Customer Engagement, dan Brand Reputation Terhadap Kinerja UMKM Dimediasi Keunggulan Bersaing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 20–32.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2018). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.

