

DAFTAR PUSTAKA

- ariyanti, M. (2020). *Strategi Usaha Kecil Menengah Dalam Kondisi Covid* . Bandung: Tel-U Press.
- Gibran. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Factory Outlet The Summit Bandung. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer.
- Herawati, T., Rudatin, C. L. T., & Akbar, D. (2014). Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Epigram*, 11(2).
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Ritel Kreatif dan Inovatif dalam Bisnis*. Bogor: Inti Prima.
- Jati, G.P. (2014). *Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Amstrong, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, Jakarta. Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2003. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016)*Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Kurniasari, R.D. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta : Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 3(1), 21-35.
- Nasir, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 20-25.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.

- (Sampurno, 2011). *Manajemen Stratejik : Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- S. Netty Laura, 2017, Pengaruh Kualitas produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal of Manajemen and Business Review*. Vol. 14, No.2, 2017:258-284.
- Suendro, G. (2010). *Analisis pengaruh inovasi produk melalui kinerja pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO)
- Sugandini, Dyah. 2012. *Karakteristik inovasi, pengetahuan konsumen, kecukupan informasi, persepsi resiko, dan kelangkaan dalam penundaan adopsi inovasi pada masyarakat miskin*. UNiversitas Gajah Mada. Yogyakarta. Tidak di Terbitkan.
- Sukarmen, P. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara (Persero). XII (1), 64-78.
- Tamamudin. (2012). Analisis (Placeholder1)z Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamima). IX (2), 283-300. Diambil dari *Journal Penelitian*.
- Zimmerer, T. W. dan Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.