

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C., Survival, S., & Iswari, H. R. (2021). *Kemampuan Pengusaha Dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan dan Konsep Penjualan Di Masa New Normal*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 93. <https://doi.org/10.32502/jimn.v10i2.2889>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Asrarudin. (2023). *Why Personal Characteristics of Innovative Leadership Can Drive Organizational Competitive Advantage? A Literature Review with Integrative Approach*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 159–174. <https://doi.org/10.14710/jab.v12i2.50805>
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Dalimunthe, M. B. (2017). *Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk*. 3(1).
- Darmanto. (2015). *Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organisasi: Penerapan Variabel Anteseden Moderasi Dan Mediasi Dalam Penelitian Ilmiah*. Deepublish.
- Fatmawati, R. A. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang*.
- Ferdinand, A. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I* (13 ed.). Erlangga.
- Krismitasari, B. (2021). *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Rumah Makan Padang Di Kota Pontianak*. 6(1).
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). *Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle*, *Journal of Business Venturing*. 16(5), 429–451.
- Machfoedz, M. (2006). *Kewirausahaan (Metode, Manajemen, dan Implementasi)*. BPFE.

- Mahantari, P. P., & Kasih, N. L. S. (2021). *Upaya Peningkatan Pendapatan Melalui Orientasi Kewirausahaan Pada Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Desa Tigawasa*.
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1982). *Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum*, *Strategic Management Journal*, 3, 1–25.
- Muali, C., & Nisa, K. (2019). *Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual*. 05(2).
- Muhammad Akbar, Nurhayani, Damayanti, Rahmatullah, & Syarigawir. (2021). *Kewirausahaan Ditengah Revolusi Industri 4.0: Teori Dan Konsep Tinjauan Ekonomi Islam*. 6, No. 1, 2021. <https://journal.uiad.ac.id/index.php/adz-dzahab/article/view/586/421>
- Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani.
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, & Fitri Nur Latifah. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181–195. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9358)
- Nila Rosdiana & Zuhrinal M Nawawi. (2022). Peran Orientasi Kewirausahaan Islami dan Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Koaki Store). *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(1), 156–166. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i1.334>
- Noervitasari, D., Andayani, S., & Mulyati, D. J. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Industri Logam di Waru Sidoarjo*.
- Potolau, M. J. N., & Safriansyah, S. (2022). Peningkatkan kinerja pemasaran umkm melalui orientasi inovasi dan orintasi kewirausahaan. *KINERJA*, 18(4), 614–620. <https://doi.org/10.30872/jkin.v18i4.10367>
- Putranto, S. E. (2003). Studi Mengenai Orientasi Strategi dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 2, 93–110.
- Putri, A., & Suandi, A. A. (2024). *Analisa Keunggulan Bersaing UMKM Berbasis Digital Marketing (Studi Kasus Pada Sava Kopi Pamulang)*. 3.
- Putri, E. M., Wahyudi, P. B., Zahro, S. A., Widya, S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). *Meningkatkan Citra Merek Untuk Memperoleh Keunggulan*

Bersaing Melalui Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif pada Produk Kosmetik. 3(1).

- Rahaman, Md. A., Luna, K. F., Ping, Z. L., Islam, M. S., & Karim, Md. M. (2021). Do Risk-Taking, Innovativeness, and Proactivity Affect Business Performance of SMEs? A Case Study in Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 689–695. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO5.0689>
- Rasyidi, M. F. (2016). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Umkm Keripik Buah Di Wilayah Malang Raya)*.
- Rosadian, A. (2023). *Kolaborasi Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kuliner di Kota Malang*.
- Sefnedi, S., Sukma, T., & Yadewani, D. (2022). *Impact of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on SME's Marketing Performance. International Journal of Indonesian Business Review*, 1(1), 12–20. <https://doi.org/10.54099/ijibr.v1i1.249>
- Setiawan, H. (2012). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang*.
- Sinarasri, A. (2013). *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner di Semarang)*”, *Prosiding Seminar Nasional 2013 Menuju Masyarakat Madani dan Lestar*. 44.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suherman, E. (2011). *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship*. Alfabeta.
- Tuluki, A. N. P., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. ` . (2023). The Effect Of Marketing Performance And Product Quality On The Development Of Msmes In Teling On Village During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 869–879. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49201>
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2 ed.). Rajawali Press.
- Winata, A. Y. S. (2010). *Mengukur Kinerja Pemasaran: Kajian Konseptual Perkembangan Teori*. 10.

Yulita, Y., & Gunawan, C. I. (2019). *Model Strategi Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pasar Tradisional Untuk Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 37. <https://doi.org/10.33366/ref.v7i1.1348>