

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Z. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Batik di Kota Pekalongan. *Jurnal Manajemen*, 1(8), 1–12.
- Bakti, S., dan Harun, H. (2011). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air.(Effect of *Market Orientation and Customer Value on Marketing Performance of Lion Airlines Corporation*). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 1–14.
- Chynthia & Hendra, (2014), Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi kuning. Di Kota Manado, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi*, vol 2 No. 3.
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapasitas Inovasi terhadap Kesuksesan Proyek pada Bidang Fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(3), 690-699.
- Eliagus, T. (2021). Kajian Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Taman Jajanan Pasar Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 4 No 2, Juni 2021 E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259.
- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). *The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. Journal of Business Venturing*, 22(4), 592–611.
- Kohli, A. K., and B. J. Jaworski dalam Haji. (2017). *Market-orientation: The Construct Research Propositions, and Managerial Implications. Journal of Marketing*, Vol. 54, No. (2), 01-18
- Rasyidi, M. (2016). Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Umkm Keripik Buah Di Wilayah Malang Raya) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Weerawardena, J. (2003). *Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy. European Journal of Marketing.*

Buku :

Darmanto, Wardaya, S., & Dwiyani, T. (2015). Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (pertama). Yogyakarta: Deepublish.

Ferdinad, A. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi IV, Semarang: Universitas Diponegoro

Ferdinand, Augusty. (2011). “Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi”, BP Undip, Semarang

Ghozali. (2018). *Pemodelan Statistika pada Analisis Reliabilitas dan Survival*. Universitas Brawijaya Press.

Kotler, Philip., and Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*. Edisi 15. *Pearson Prentice Hall, New Jersey.*

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

Sumarwan, Ujang. (2010). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* Edisi Empat. Jakarta: Salemba Empat.

Tambunan, Tulus, (2012) “Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting”, Jakarta, LP3ES.

Undang – Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia

Sumber Internet :

<https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>

<https://diskominfo.sumutprov.go.id/artikel-2344-perkembangan-jumlah-umkm-di-sumut-cukup-baik-sekitar-28-juta-unit-usaha.html>

<https://kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0>

<https://serupa.id/inovasi-produk-pengertian-ciri-jenis-indikator-sumber/>

<https://store.sirclo.com/blog/perkembangan-umkm-di-indonesia/#:~:text=Perkembangan%20UMKM%20di%20Indonesia%20dini%20lai,%20C8%25%20menjadi%2061%25.>