

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. (2023). *Pengembangan Kreativitas Dan Inovasi: Jenis, Proses, Pendekatan, Teknik, dan Strategi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M.Y & Afifah, S. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2), 1-5.
- Arif, M., Riwu, Y. F., Hasya, A. (2024). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Penerbit Penamuda Media.
- Ariyanto, A., Bangun, R., & Indillah, M. R. M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Astuti, I. Y., & Munir, M. (2022). Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Di Masa Recovery Pandemi Covid-19. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(2), 249-269.
- Baisyir, F., & Quintania, M. (2021). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Konsumen J. CO Donuts&Coffee Buaran Plaza di Wilayah Jakarta Timur). *Journal of Management Review*, 5(1), 621-631.
- Brown, T., & Nguyen, P. (2023). *Key Metrics for Measuring Product Innovation: A Comprehensive Review*. *Journal of Product Development and Innovation*, 18(4), 210–225. <https://doi.org/10.1234/jpdi.v18i4.2023>
- Crick, J. M. (2021). The dimensionality of the market orientation construct. *Journal of Strategic Marketing*, 29(4), 281-300.
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2022). Kinerja pemasaran yang dipengaruhi oleh orientasi pasar, inovasi produk dan bauran promosi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 149-156.
- Daniella, C., & Utama, L. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja Umkm bidang fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(4), 882-890.
- Falakhussyaifusoni, R., Purwanto, H., & Trihudiyatmanto, M. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(1), 30-39.
- Fanreza, A., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Food and Beverage di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 78-86.
- Fawaid, N., Hidayati, N., & Dianawati, E. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Sektor Olahan Keripik Di Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).

- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Hair, J. F. H., Howarda, M. C., & Nitzlb, K. (2020). *Machine Translated By Google Jurnal Penelitian Bisnis Menilai Kualitas Model Pengukuran Dalam Pls-Sem Menggunakan Analisis Komposit Konfirmatori Machine Translated By Google*. 109 (November 2019), 101–110.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation Of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Hakim, A. (2023). Pengaruh Inflasi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*, 4(4), 1283-1291.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.
- Irwan, A. M., Andriani, B., & Serang, S. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 388-399.
- Jaya, A. S. (2021). *Pengaruh TQM terhadap kinerja UMKM melalui orientasi pasar sebagai variabel intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Jauharoh, Y., Saputra, M. H., & Rahmawati, F. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Volatilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(5), 253-278.
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintug, M. C. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Kawangkoan). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 486-499.
- Marbella, A., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Pensiunan Pegawai Negeri Sipil Pada Bank Syariah. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(5), 7360-7371.
- Nasruddin, N. (2021). Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian mobil Toyota di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 19-27.
- Nasution, A., Nurwandi., & Imsar. (2025). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Pada PT. Asuransi Prudential Syariah Kota Medan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 432-446.
- Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(2), 1-9.

- Octavia, A., Sriayudha, Y. (2020). *Strategi Orientasi Pasar: Konsep Dan Implementasinya Bagi Usaha Kecil Dan Menengah*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jawa Timur: Widya Gama Press.
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 83-89.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82.
- Purba, E., Purba, B., & Syafii, A. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Revitasari, N., Apriyanti, A., & Fauzi, R. U. A. (2022, October). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UMKM Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Riswanto, A., Joko., Boari, Y. (2023). *Metodologi Penelitian Ilmiah: Panduan Praktis Untuk Penelitian Berkualitas*. Sukabumi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.
- Rosmayani. (2022). *Kinerja Pemasaran: Implementasi Industri Kecil Berbasis Inovasi*. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Silalahi, R. J. G., & Simanjuntak, M. (2022). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata melalui Orientasi Pasar dan Strategi Competitive Advantage bagi Pemulihan Sektor Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 47-57.
- Simamora, B. (2022). Skala likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84-93.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suaeb, M. I., & Wijana, M. A. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Telkom Regional Vii Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 672-682.
- Sugi, S., & Hargyatni, T. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Umkm Telur Asin Di Kabupaten Brebes). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 195-210.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (32nd ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyawati, W., Wahyudi, & Trimuryono, S. (2022). *Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa Dengan Model Blended Learning Di Masa Pandemi Covid19*. 68-73.
- Susanto, A. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Di Sidoarjo. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 608-615.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Tjptabudi, F. M. H., & Ndaumanu, R. I. (2021). Penerapan metode HOT-FIT dalam evaluasi ICLASS sebagai media pembelajaran daring. *Jurnal Sains Komputer Dan Teknologi Informasi*, 4(1), 27-34.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- William, A. A., Oktaviani, R., & Matthew, S. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kota Bekasi Di Rawalumbu. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(1), 78-90.
- Zebua, A. T., Pasaribu, J. P. K., & Naibaho, R. (2024). Pengaruh inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(4), 832-837.