

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership*. New York: The Free Press.
- Barney, J.B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Churchill, N.C., & Lewis, V.L. (1983). The Five Stages of Small Business Growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30–50.
- Denita Novia Handayani. (2022). Pengaruh orientasi pelanggan, produk inovatif, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kerajinan tangan di Kota Pontianak. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 5.
- Drucker, P.F. (2001). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Business.
- Garvin, D.A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Edisi 7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, H. (2018). Innovation in Food Service: A Pathway to Sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 1–10.
- Hartanto, A. (2019). *Manajemen Strategik: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

- Hurley, R.F., & Hult, G.T.M. (2018). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54.
- Kasmir. (2017). *Kewirausahaan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Marissa Grace Haque-Fawzi. (2020). *Strategi Branding dalam Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-faktor Produksi Terhadap Kinerja UMKM di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 33–41.
- Nasution, M.N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Prawirosentono, S. (2020). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Purba, R. (1996). *Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

- Rangkuti, F. (2020). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Russell, R.S., & Taylor, B.W. (2006). *Operations Management* (5th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sadat, S. (2009). *Manajemen Merek: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salimun, & Sugiyanto. (2021). *Statistika Terapan untuk Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Scarborough, N.M., & Zimmerer, T.W. (2003). *Effective Small Business Management* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, N.J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2010). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tambunan, T. (2009). *UMKM di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.

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

Wilkie, W.L. (2018). *Consumer Behavior* (4th ed.). New York: Wiley.

Winardi, J. (2003). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Bandung: Mandar Maju.

Yogie Wijaya Rd, Mursalim, & Sabri Hasan. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM Abon Ikan Tuna) di Kecamatan Sinjai Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 7, No. 3, 81–94.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw-Hill.