

## DAFTAR PUSTAKA

- bi.go.id.* (n.d.). Retrieved from <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Andarini, M., & Laely, N. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Industri Makanan Di Bakorwil II Jawa Timur. *Akuntabilitas : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 23–41. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.898>
- Brahmanthara, K. A., & N Kerti Yasa, i N. (2017). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran*. 27–28.
- Budhiana, S. (2016). *Analisis Statistik Multivarite Dengan Aplikasi SEM PLS SMARTPLS 3.2.6*.
- Budiarti, E. (2018). *Pengaruh customer relationship management , kualitas pelayanan,orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan dampaknya pada kinerja pemasaran pasar rakyat di provinsi jawa timur*.
- Djodjobo Vanessa, C., & Tawas N., H. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 1214–1224. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *partial least squares konsep, teknik, dan aplikasi SmartPLS3.0 untuk penelitian empiris (edisi 2)*. Semarang: Badan Penerbit-UNDIP.
- Ginting, A. P., Giantari, I. G. A. K., & Sudiksa, I. B. (2020). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Bank Perkreditan Rakyat se-Provinsi Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 508. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p06>
- Indah, D. P., & Devie. (2013). Analisa Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2), 161–171. <http://eprints2.binus.ac.id/id/eprint/24110>
- Karmela Fitriani, L. (2019). *Analisis Modal Relasional, Kapabilitas Inovasi Produk Dan Daya Tarik Produk Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif Di Wilayah Tiga Cirebon*. 4(10), 61–67.
- Mahendra Pratama, G. P. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran yang Dimediasi Oleh Inoasi Produk (Studi Empirid Pada Kerajinan Gitar d Desa Baki, Sukoharjo). 1-23.
- Merakarti, I., Rusdarti, & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar,Inovasi, Orientansi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123. <https://doi.org/10.15294/jeec.v6i2.19297>

- Miftakhul, A., Sudarwati, & Maryam, S. (2019). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan*. 03(02), 501–510.
- Mustika, D. A., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 85. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10911>
- Naili, F., Naryoso, A., & Ardyan, E. (2017). Model of relationship marketing partnerships between batik SMEs and batik distributors in central Java, Indonesia. *International Journal of Social Ecology and Sustainable Development*, 8(4), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJSESD.2017100101>
- Nasir, A. (2017). The Influence of Product Innovation toward Marketing Performance at Furniture Companies in Pasuruan Regency. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 20–25. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/559>
- Oktariana, Y., Fauzi, A., & Srikandi, K. (2012). Faktor-Faktor Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Dalam Mewujudkan Kepuasan Anggota Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Anggota. *Jurnal Profit*, 6(2), 149–162.
- Prabowo, A., & Sukarno, G. (2019). Kontribusi Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Peran Keunggulan Bersaing. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(1), 27–35. <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i1.50>
- Santoso, B. Y. D., & Sugiarto, Y. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Customer Relationship Management Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Warung Makan Sekitar Alun-alun Di Kota Sragen). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Dalam : C. Homburg et al. (eds), Handbook of Market Research*.
- Siregar, A. P. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Unit (Studi Bank BNI Kantor Wilayah 05). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15(3), 193–205. <https://doi.org/10.14710/jspi.v15i3.193-205>
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87. <https://media.neliti.com/media/publications/149462-ID-pengaruh-orientasi-pasar-inovasi-dan-kre.pdf>

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.

Yafi, M. A. (2021). *Peran Mediasi Orientasi Kewirausahaan Pada Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran*. Muhammad Ali Yafi. 6(2009), 79–93.