

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, Y., & Muhajirin, M. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Dina Kelurahan Ntobo. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 79–90. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1175>
- Amin, N. F. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Volume 14(1978–5119), 15–31. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Anggraini, W. (2023). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Promosi Online Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner Di Kecamatan Semarang Barat*.
- Bakrie, R. R., Atikah Suri, S., Nabila, Sahara, A., H Pratama, V., & Firmansyah. (2024s). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, J. (2024). *Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Jombang*. <https://Sambang.Jombangkab.Go.Id/>. <https://sambang.jombangkab.go.id/front/data/235-jumlah-usaha-mikro>
- Effendi, M. R., Bakar, R. A., & Bachri, N. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Lhokseumawe Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 7(2), 107. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v7i2.6576>
- Elwisam., Lestari, R. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Fatonah, S., Haryono, T., & Indah Sari, N. N. (2021). Peran Orientasi Pelanggan Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 78–97. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4750>
- Febriansyah, E., & Muhajirin, . (2020). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UMKM Tenun Motif Renda Kota Bima. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 58. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.375>
- Gozali, Imam (2022). Analisis Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Centra Industri Pakaian Batik Di Pekalongan). *SOSHUMDIK*, 43-52. [10.56444/soshumdik.v1i1.91](https://doi.org/10.56444/soshumdik.v1i1.91)
- 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. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>

- Haswinda. (2019). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Rumah Makan Yum Yum Masamba)*. 1–108.
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Humanis*, 2(1), 25–36. <https://doi.org/10.33488/1.jh.2019.2.194>
- Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UMKM di Pasar Lokal: Studi pada Industri Kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(01), 1–10. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i01.970>
- Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 576–584. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>
- Lukas & Ferrell. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239–247.
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintung, 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. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45937>
- Mardiatmoko, gun. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Narver & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35. [https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224299005400403](https://doi.org/10.1177/002224299005400403)
- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2023). Penerapan Uji Asumsi Klasik untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 472–481.
- Nurjanah, P. N. A., & Isa, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding University Research Colloquium*, 51–65. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/1612>
- Prabawati, A., et, A. (2019). Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kecamatan Kaliwates. *Majalah Ilmiah "DIAN ILMU,"* 18(2), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.37849/midi.v18i2.112>
- Prambaudy, K., & Astuti, M. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–15.
- Purwanza, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (A. Munandar (ed.)). (CV. Media Sains Indonesia). %0Awww.medsan.co.id

- Putri, R. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Usaha Mikro Pangan Olahan Di Wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/7060>
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Marketing Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 344–354. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/153>
- Rifa'i, M. dkk. (2019). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Inovasi Dan Orientasi Pasar Pada Usaha Sektor Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal EKBIS*, 20, 1194–1205. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/ekbis/article/view/203>
- Samsuri, T. (2003). *Kajian Teori, Kerangka Konsep Dan Hipotesis Dalam Penelitian*. [http://repository.unp.ac.id/1656/1/Tjajep Samsuri_209_03.pdf](http://repository.unp.ac.id/1656/1/Tjajep%20Samsuri_209_03.pdf)
- Saputro, F. (2024). *Peran Digital Marketing Dan Orientasi Pasar Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Berbasis Keunggulan Bersaing*.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). Graha Ilmu. <https://www.academia.edu/>
- Siagian, S. (2021). *Statistika Dasar: Konseptualisasi Dan Aplikasi* (S. Putro, FHA., Setiawan, T., Hasanudin (ed.)). CV Kultura Digital Media. www.kulturadigitalmedia.com
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alfabeta*. CV. [https://www.academia.edu/118903676/Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Prof Sugiono](https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R%D_Prof_Sugiono)
- Supit, A. D., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Dengan Kinerja Pemasaran Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(4), 2096–2108.
- Yuliani, T., Izmuddin, L., & Putri, A. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Pada Industri Kerajinan Kapuk. *Ekonomi Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 90. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.20>