

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Untuk Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Abdurrahman, Udayana, I. B. N., & Hutami, L. T. H. (2022). pengaruh *market orientation*, orientasi pembelajaran dan *product innovation* atas kinerja pemasaran (studi kasus pada UMKM Warung Kopi di DIY). *SEGMEN: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(2).
- Alma, B. (2014). *Manajemen Marketing dan Marketing Jasa*. Alfabeta.
- Amin, M., Sudarwati, & Maryam, S. (2019). Analisis Pengaruh *Product innovation*, *Market orientation*, Keunggulan Bersaing Atas Kinerja pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan." 3.02 (2019). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing: Berpengaruh Atas Kinerja pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56–75.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling." 295.2 (1998): 295-336. *Modern Methods for Business Research*.
- Elwisam, & Lestari, R. (2019). Penerapan strategi marketing, *product innovation* kreatif dan *market orientation* untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 277–286.
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno. (2016). Pengaruh *market*

*orientation*, orientasi kewirausahaan atas keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pada warung kucingan/angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–362.

Gana, K., & Broc, G. (2019). *Structural equation modeling with lavaan*. John Wiley & Sons.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J., Hulk, T., Ringle, C., & Sartstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage.

Hanifah, R. D. (2020). Pengaruh Food Quality dan Kesesuaian Harga atas Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Gaembull Korean and Japanese Restaurant Barbeque All You Can Eat Cabang Bintaro). *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 2(2).

Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh *market orientation*, *creativity* dan *product innovation* atas kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67–82.

Jasmani. (2018). Pengaruh *Market orientation* Dan *Product innovation* Untuk Meningkatkan Kinerja pemasaran (Studi Kasus Pada PT. Bisma Narendra di Jakarta). *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 1(2), 363–381.

- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28(1), 227–261.
- Kurniati, N., Zulkarnain, & Garnasih, R. L. (2022). STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI, *MARKET ORIENTATION*, DAN KEWIRAUSAHAAN PADA KEDAI KOPI DI KOTA PEKANBARU. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 244–255.
- Listianto, A., Pradhanawati, A., & Widiartanto. (2014). Pengaruh Promosi, Intensitas Persiapan Dan Kebijakan Produk Atas Kinerja pemasaran Bandeng Presto Pada Sentra Usaha Bandeng Presto Kelurahan Tambakrejo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 267–273.
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The effect of market orientation on product innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239–247.
- Mahardika, E., & Isa, M. (2023). Pengaruh *Market orientation* Atas Kinerja pemasaran yang Dimediasi Oleh Inovasi (Studi pada Coffeeshop di Surakarta). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(4), 595–608.
- Malini, H. (2021). Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi. *Pros. Semin. Nas. SATIESP.(2020)*, 978–602.
- Mardiyono, A. (2015). Pengaruh *market orientation*, pembelajaran organisasi atas keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Tinjauan Teoritis). *Serat Acitya*, 4(1).
- Marjono. (2021). Mengerek Pasar Kopi Jawa Tengah. *Kumparan.Com*.

- Mulyani, I. T., & Muadiantono. (2015). *Upaya meningkatkan kinerja pemasaran melalui market orientation dan orientasi kewirausahaan dengan inovasi sebagai variabel intervening (studi empiris pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munawar, D., & Winanti, M. B. (2020). *Metode Penelitian untuk Penerapan ragam Analisis*. Andi Offset.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Kencana.
- NowJakarta. (2022). Fenomena Kedai kopi, Bisnis Kekinian di Indonesia. *Undip.Id*.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). *Product innovation dan keunggulan bersaing: Pengaruhnya atas Kinerja pemasaran (Studi pada usaha nasi Kuning di Kelurahan batu Meja Kota Ambon)*. *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66–73.
- Puspitasari, U. (2018). *Market orientation dan Product innovation sebagai Strategi untuk meningkatkan Kinerja pemasaran Perusahaan Mebel Jepara*. *Prosiding Seminar Nasional Kebangkitan Teknologi Tahun 2015*, 135–148.
- Raihan. (2019). Metodologi Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.
- Riansyah, R., & Sya'roni, D. A. W. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kreatifitas dan inovasi serta implikasinya atas performa karyawan Pada konsultan perencanaan dan pengawasan arsitektur di kota Serang, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1).
- Sari, L. F. (2013). Pengaruh *market orientation* dan *creativity* atas kinerja pemasaran pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journa*, 2(1).

- Sekaran, & Bougie. (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building. Approach Seventh Edition*. Wiley.
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi SmartPLS Untuk Statistisi Pemula*. PT Dewangga Energi Internasional.
- Suharto, A. (2022). Menguatnya Ekonomi Rakyat, Maraknya Bisnis Kedai Kopi di Indonesia. *Triphacks.Id*.
- Supit, A. D., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2022). Pengaruh *Creativity* Dan Inovasi Atas Performa UMKM Dengan Kinerja pemasaran Sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Penelitian Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 2096–2108.
- Suwarman, U., Fachrodji, A., Nursal, A., Nugroho, A., & Nurzal, E. R. (2010). *Marketing Strategik Paradigma Value-Based Marketing & Pengukuran Performa*. IPB Press.
- Suyanto, B. (2015). *Metode penelitian sosial: Berbagai alternatif pendekatan*. Prenada Media.
- Sya'roni, D. A. W., & Sudirham, J. J. (2012). *Creativity* dan inovasi penentu kompetensi pelaku usaha kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 11(01), 1–17.
- Tannady, H., Wardhana, A., Nuryana, A., Sesario, R., Arief, I., Suryawan, R. F., Bando, N., & Hernawan, M. A. (2022). Analisis peran service quality dan brand awareness untuk meningkatkan consumer satisfaction pada industri ritel food & beverage (studi kasus foodpedia). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Marketing Strategik*. Andi Offset.
- Vo, T. P., Tran, M. D., & Ly, T. M. C. (2022). The relationship between new

product creativity components and purchase intention and the mediating impact of perceived values: a study of consumers in Ho Chi Minh city . *Cogent Business & Management*, 9(1), 2112357.

Wibowo, E., & Setyaningsih, S. U. (2019). Pengaruh Faktor Kekuatan Ekonomi Atas Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderating (Survey Pada Usaha Kedai Kopi di Surakarta). *Research Fair Unisri*, 3(1).

Yanuar, N. D., & Harti. (2020). Pengaruh *Product innovation* Dan *Market orientation* Atas Performa Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Marketing*, 14(2), 51–60.

