

DAFTAR PUSTAKA

- Adra elviona. (2020). *Pengaruh Inovasi Terbuka Terhadap Strategi Kewirausahaan*.
- Amruddin, A., Judijanto, L., Rahayu, B., Gusti, Y. K., & Anam, C. (2024). Inovasi Pemasaran Dalam Industri Berbasis Teknologi: Studi Kasus Terhadap Adopsi Dan Pengaruhnya Pada Keunggulan Bersaing. *Jurnal Darma Agung*, 32(1), 412–419.
- Augusty Ferdinand. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bisnis, A., & Kristen, U. (n.d.). *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung yang signifikan dari marketing capabilities terhadap corporate reputation , corporate reputation terhadap financial performance, dan marketing capabilities terhadap financial performance pada in. 277–288*.
- Fatmawati, E. R., & Athanasius, S. S. (2020). Kapabilitas Pemasaran Absorptif, Adaptif, dan Inovatif terhadap Kinerja Pemasaran pada Online Shop Pakaian Wanita di Instagram. *Jemap*, 3(1), 140–159. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i1.2470>
- Ghozali, & I. (2006). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS. Edisi Ke-4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*.
- Grewal, R., & Tansuhaj, P. (2001). Building organizational capabilities for managing economic crisis: The role of market orientation and strategic flexibility. *Journal of Marketing*, 65(2), 67–80.
- Guarango, P. M. (2022). No Title. *העינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Second Edition. In California: Sage*.
- Hanggana, R. P. C. (2017). *Pengaruh Fleksibilitas Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Kud Tani Wilis Kecamatan Sendang Kabupaten*

Tulungagung). 1–14.

Henseler, J., & Sarstedt, M. (2013). Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling. *Computational Statistics*, 28(2).
<https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>

Kuswanto, D. H., Nugroho, S. D., & Yuliati, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Pada Toko Sayuran Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(2), 420.
<https://doi.org/10.25157/jimag.v8i2.5276>

Lorenca, W. (2017). Bab bab i i. *Unikom, 1980*, 1–152.

Mandansari, W. M. P., Rostiana, R., & Idulfilastri, R. M. (2022). Pengaruh Adaptive Selling Behavior (Asb) Sebagai Mediator Antara Komunikasi Organisasi Dan Kinerja Penjualan Di Pt X. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(1),53.
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.10087.2022> Masalah, L. B., & Merch, R. (n.d.). *BAB I*. 1–30.

Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital Marketing Utilization Index for Evaluating and Improving Company Digital Marketing Capability. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 153. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>

Mu, J., Bao, Y., Sekhon, T., Qi, J., & Love, E. (2018). Outside-in marketing capability and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 75(October 2017), 37–54.
<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.03.010>

Nofrizal, N., Aznuryandi, A., N, A., Affandi, A., & Juju, U. (2021). Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pengrajin rotan Pekanbaru. *Journal of Business and Banking*, 10(2), 279.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2487>

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.

- Pudjiarti, E. S., & Putranti, H. R. D. (2020). Integrasi Fleksibilitas Strategis dan Kapabilitas Pembelajaran Organisasi sebagai Second-order Factor terhadap Kinerja Inovasi dan Perusahaan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 73.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.693>
- Saisaria Mandasari, I. C. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar). *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 56–62. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.2.1942.56-62>
- Saputri, D. Q. M. (2023). *ANALISIS PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN BERBASIS ORIENTASI PELANGGAN, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN INOVASI SERTA BERBASIS ORIENTASI PELANGGAN, CUSTOMER (Studi Kasus UMKM Konveksi di Salatiga)*. 110.
- Satria Widiarsa, I. B. I., & Sulistyawati, E. (2018). PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Perusahaan Earth Café di Seminyak). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3442.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i07.p01>
- Sekaran dan Bougie. (2017). *Research Methods for Business*.
- Shidiq, candra halim ash. (2013). *Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Intervening*. 2, 1–11.
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>