

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, S. P. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi*, *X*(1), 51–60. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi>
- Adhikara, C. T. (2016). Penerapan E-Bisnis sebagai Pembentuk Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) pada Perusahaan. *Binus Business Review*, *2*(2), 1065. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i2.1248>
- Agesti Wulandari. (2013). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Management Analysis Journal*, *1*(2), 17–21.
- Akbar, R., & Juliastrioza, J. (2017). Penerapan Enterprise Resource Planning (ERP) untuk Sistem Informasi Pembelian, Persediaan dan Penjualan Barang pada Toko EMI GROSIR dan ECERAN. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, *1*(1), 7. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v1i1.2015.7>
- Al-Ansari, Y., Altalib, M., & Sardoh, M. (2013). Technology Orientation, Innovation and Business Performance: A Study of Dubai SMEs. *The International Technology Management Review*, *3*(1), 1. <https://doi.org/10.2991/itmr.2013.3.1.1>
- Al Aziz, R., Amalia, F., & Hendra Brata, A. (2018). Pembangunan Sistem Enterprise Resource Planning pada Griya Laundry. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JPTIIK) Universitas Brawijaya*, *2*(6), 2278–2285.
- Amalia, A. (Universitas C. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan Swot Pada Perusahaan Popsy Tubby. *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *1*, 297–306.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro,

- Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1286–1295.
- Bonita, F. (2012). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik di Kota Semarang. *Economic Development Analysis Journal*, 1(1), 234–245.
- Budiati, Y., & Universari, N. (2016). Strategi Entrepreneurial Marketing Pada Umkm. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(2).
- Cynthia Vanessa Djodjobo1 Hendra N. Tawas2. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*, 2(3), 1214–1224.
<https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.5936>
- Daud, A. (2016). Pengaruh inovasi layanan dan keunggulan posisional pada kinerja pemasaran. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 66–78.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art6>
- Dharmmesta, B. S. (2014). Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat. *Marketing Management*, 1–38. Retrieved from <http://repository.ut.ac.id/4785/1/EKMA4216-M1.pdf>
- Ferdinand. (2014a). *Metode Penelitian bisnis*. Semarang: Seri Pustaka Kunci
- Gao, Y. (2010). Measuring marketing performance: a review and a framework. *The Marketing Review*, 10(1), 25–40.
<https://doi.org/10.1362/146934710x488924>
- Ghozali. (2014). Model Persamaan Sktruktural; *Konsep dan Aplikasi, dengan program Amos 22.0, Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

- (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, 15(2), 77–96. Retrieved from http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
- Halim, Hadiwidjojo, D., Solimun, & Djumahir. (2012). Kapabilitas Pemasaran sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Orientasi Pembelajaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Menengah di Sulawesi Tenggara). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 10(3), 427–484.
- Hartanty, ilfatunnisa T., & Ratnawati, A. (2013). Peningkatan kinerja pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 72–89.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Huhtala, J.-P., Sihvonen, A., Frösén, J., Jaakkola, M., & Tikkanen, H. (2014). Market orientation, innovation capability and business performance. *Baltic Journal of Management*, 9(2), 134–152. <https://doi.org/10.1108/bjm-03-2013-0044>
- I Made Adi Pranata, G. S. D. (2017). Strategi E-Commerce dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(1).
- Imam suroso. (2010). Ipi253936.Pdf. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Karakteristik, Pasar Serta Kreativitas Terhadap Inovasi Dan Kinerja Pemasaran Perusahaan Kosmetik Di Provinsi Jawa Timur*.
- Indah, R., & Tysari, I. (2014). *Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang)*. 23–37.

- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158.
- Kassim, N., & Asiah Abdullah, nor. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 351–371. <https://doi.org/10.1108/13555851011062269>
- Kurniawan, R. (2017). Analisis Pemilihan Perangkat Lunak Sistem Enterprise Resource Planning (ERP) Menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP): Studi Kasus pada PT Ciliandra Perkasa. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 2(2), 811. <https://doi.org/10.21512/comtech.v2i2.2831>
- Kusumastuti, nur ratri. (2012). *Analisis Faktor-Faktor*. 75.
- Laura.S, Netty ; Siska, Natalia Siringo, R. (2017). INTERVENING Keywords : Latar Belakang Masalah Pemasaran memiliki peranan penting di dalam suatu perusahaan , karena pemasaran jantung dan menjadi ujung hidup tombak No Merek Sepeda Motor Yang Digunakan Honda Matic Yamaha Matic Suzuki Matic Jumlah perusaha. *Journal of Management and Business Review*, 14(2), 258–284.
- Littler, D. (2015). Marketing Performance. *Wiley Encyclopedia of Management*, pp. 1–1. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090523>
- Marshieleno, R. Y., & Susanty, A. (2017). Implementasi Enterprise Resource Planning (Erp) Dan E-Commerce Pada Packing House. *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1). Retrieved from <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15937/15398>
- Maslucha, N., & Sanaji. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja

Pemasaran Melalui inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(4), 1–12.

Melia Anisa Sa'diyah, M. 1. (2015). Analisis Kinerja Pemasaran Melalui Keberhasilan Implementasi Sistem Enterprise Resource Planning (Erp) Pada Umkm Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2), 1–12.
Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Muchtar. (2011). *Indonesian Batik A Cultural Beauty*.

Mudiantono. (2013). Upaya Meningkatkan Keberhasilan Implementasi Erp Untuk Membangun Keunggulan Bersaingpada Ukm Di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2), 153–164.
<https://doi.org/10.9744/jmk.15.2.153-164>

Nuvriasari, A., Wicakson, G., & Sumiyarsih, S. (2017). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.1766>

PERANGINANGIN, J. (2015). A Conceptual Mapping Resource Advantage Theory, Competitive Advantage Theory, and Transient Competitive Advantage. *Expert Journal of Business and Management*, 3(2), 140–149.
Retrieved from <http://business.expertjournals.com/23446781-315/>

Pino, C., Felzensztein, C., Zwerg-Villegas, A. M., & Arias-Bolzmann, L. (2016). Non-technological innovations: Market performance of exporting firms in South America. *Journal of Business Research*, 69(10), 4385–4393.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.061>

Poernomo G. Ridho. (2015). *Indonesia punya 5.849 motif batik*.

Prasetya, F. D. (2012). Jurnal ilmiah mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(4), 49–55.

Putra, H., & Azhari, R. (2017). Penerapan Enterprise Resource Planning (ERP)

Pengadaan Bahan Baku dan Pengelolaan Produksi Pada Perusahaan Furniture Menggunakan ADempiere (Studi Kasus: CV Roland Kencana). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(3), 117.
<https://doi.org/10.25077/teknosi.v2i3.2016.117-128>

Radi, L., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2016). *Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan (K Asus P Ada I Ndustri P Akaian M Uslim Di K Ota*. 2(November), 105–113.

Ragil Permanasari. (2013). Management Analysis Journal. *Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pt. Augrah Raharjo Semarang*, 2(2), 1–6.

Sayogo, D. S. (2018). Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial bagi Pengrajin Batik. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 1(2), 66–74.
<https://doi.org/10.22219/skie.v1i2.4467>

Sciarelli, M. (2012). Resource-Based Theory and Market-Driven Management. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, (2).
<https://doi.org/10.4468/2008.2.06sciarelli>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). *Research methods for business sixth ed. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.*

Setiawan, H., Administrasi, J., Politeknik, N., Sriwijaya, N., Srijaya, J., & Bukit Besar -Palembang, N. (2012). *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII*. (November), 12–19.

Setyanto, Rakhman, A., Samodra, Rizky, B., & Pratama, Pasca, Y. (2015). Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan Asean (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Etikonomi*, 14(April), 205–220. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15408/etk.v14i2.2271>

Shabastian, M., & Samuel, H. (2013). Pengaruh Strategi Harga dan Strategi

- Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square.
Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1), 1–9.
- Slamet, F., & Iskandar, D. (2016). Pemilik Ukm Sektor Manufaktur Garmen Di Tanah Abang , Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 13–24.
- Solano Acosta, A., Herrero Crespo, Á., & Collado Agudo, J. (2018). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27(6), 1128–1140.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>
- Sugiyarti, G. (2015). Membangun Keunggulan Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, orientasi Pasar dan Inovasi Produk (Studi empiris pada industry pakaian jadi skala kecil dan menengah di kota Semarang). *Serat Acitya*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*.
- Wardi, Y., & Susanto, P. (2017). 113559-ID-orientasi-kewirausahaan-pada-kinerja-usa. 16(1), 46–61.
- Wirawan, Y. R. (2018). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM batik di Kabupaten Jombang. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 5(1), 56.
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- Witjaksono, H. P. (2014). Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Internal Perusahaan Terhadap Kinerja Melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara). *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 82–110.
- Wiwoho, G. (2013). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran terhadap Inovasi Produk, dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Sentra*

Industri Kecil Rumah Tangga Kerajinan Anyaman Pandan di Desa Grenggeng Kecamatan Karanganyar). 1–19.

Yuliana, S. (2013). *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pd. Cap Ikan Tawes Cikoneng.*

Yusita, L. (n.d.). *DALAM MEMASARKAN BATIK TULIS SIDOARJO (Studi Kasus Pada UKM . Pengerajin Batik Tulis Di Desa Jetis , Kecamatan Sidoarjo).*