

## DAFTAR PUSTAKA

- Absah, Y. et al. (2016). *Strategi Keunggulan Bersaing UMKM*. Medan: USU press.
- Akbar, W. et al. (2022). Study of Students' Consumption Behavior in the Purchase of Fashion Products in the City of Palangka Raya Islamic Economic Perspective. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*. 1(1):74–79.
- Aliifa, A. & Sumiati. (2022). Analisis Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis Pada Usaha Fashion. *Jurnal kewirausahaan dan inovasi*. 1(1):23–31.
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Barney, J.B. 2015. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Fourth Edition*. Massachusetts : Addison-Wesley.
- Branca, S. et al. (2020). The Effect Of Innovation Product, Service Quality To Customer Satisfaction And Customer Loyalty Of Banco Nacional De Comercio Timor-Leste/BNCTL Dili. *ABM: International Journal of Administration, Business and Management*. 2(2):149–168.
- Buchari Alma, (2014), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*, Bandung: Alfabeth.
- Crimson, H. & Yeni, A. (2019). The Influence of Innovation, Cost Leadership Strategy and Customer Orientation on Competitive Advantage and Its Impact on Customer Satisfaction. *International Journal of Research & Review*. 6(1):1–13.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar: Global Research and Consulting Intitute (Global RCI).
- Dewi, S. 2014. *Strategi Pemasaran Untuk Keunggulan Bersaing*. Malang: Bayumedia Publishing
- Dewi, S. & Sihotang, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Marketing Tools Terhadap Keunggulan Bersaing Produk (Studi Kasus Toko Lapak Sepatu Medan). *JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. 1(1):43–51.
- Dhewanto, W. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.

- Ferdinand, A. (2017). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program Amos 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handi, Irawan. 2014. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Kelima*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Hasibuan, A. et al. (2022). *Bisnis Kreativitas dan Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Hendrayani, E. et al. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo press.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17 edition. New Jersey: Pear.
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15 Edition. Pearson Education.
- Laksana, M.. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lizardo, J. et al. (2020) *Inovasi: Konsep, Manajemen dan Strategi*. Scopindo Media Pustaka.
- Maryani, L. & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*. 5(1):48.
- Meilda, Y. et al. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor ). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 5(2):274–290.
- Nasution, R. & Aslami, N. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*. 2(2):111–118.
- Nugraha, N. & Sukaatmaja. (2020). Orientasi Pasar, Strategi Diferensiasi, dan Inovasi produk Terhadap keunggulan Bersaing Berpengaruh pada Industri

- Endek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 9(8):3237-3258.
- Oktadiani, O. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 9(1):1–21.
- Oktapriani, R. et al. (2020). Pengaruh Promosi dan Online Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi kasus pada UMKM Tas Desa Bojong Rangkas, Kabupaten Bogor). *Prosiding Hasil Penelitian Dosen Universitas Ibn Khaldun Bogor*. 13–23.
- Pertiwi, A. & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Digital dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion Di Marketplace. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 20(1):105-123.
- Prasetyo, B. (2020). *Strategy Branding Teori dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfa.
- Purnomo, F. (2018). Inovasi Produk Baju Anak Perempuan Bonne Chance. *AGORA*. 7:1–6.
- Putri, P. (2020). Pengaruh Diferensiasi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*. 4(1):1–14.
- Putri, S. et al. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Journal of Public and Business Accounting*. 1:43–53.
- Putta, S. (2023). The Impact of Marketing Mix on the Competitive Advantage in Small and Medium Scale Enterprises. *Journal of Research in Business and Management*. 11(3):181–193.
- Quintania, M. & Sasmitha, S. (2020). Pengaruh Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*. 20(1):26.
- Rafidah. & Lasika, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Inovasi produk Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*. 3(2):57.
- Rahmat et al. (2019). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Tingkat Kepuasan

- Konsumen Pada Distro Antipop Clothes Tanjung. *Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*. 2(1):221–233.
- Satriadi, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Savitri, R. et al. (2022). Pengaruh Desain Produk Dan Advertising Creativity Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Bordir Online Di Tasikmalaya. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*. 1(10):3491–3494.
- Sekaran. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.
- Singh, Meera. (2013). *Product Quality for Competitive Advantage In Marketing*. Yogyakarta: CAPS.
- Sisca et al. (2021). *Manajemen Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sitorus, O & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta:FKIP UHAMKA.
- Sudari, S. et al. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products', *Management Science Letters*. 9(9):1385–1396.
- Sumarwan. (2014). *Pengetahuan produk, menurut kutipan Buku Perilaku konsumen, Edisi Kedua*. Bogor Ghaila Indonesia.
- Suntoyo, D. (2015). *Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: CAPS.
- Supertini, N. et al. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2(1):61-71.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menujungi Sukses*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat
- Swastha, Basu dan Irawan. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty.
- Syarofi, M. et al. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Aulia Fashion Di Kabupaten Jember. *Review of Accounting and Bussiness*. 3(1):1–24.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Udriyah et al. (2019). The effects of market orientation and innovation on

competitive advantage and business performance of textile smes. *Management Science Letters*. 9(9):1419–1428.

Widyanita, N. & Rahanatha. G. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Pakaian Merek Lanakila Di Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11(7):1277-1296.

Yani, A. & Aslamiyah, D. (2022). Pengaruh Keunggulan Sistem Operasi Smartphone Dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Yang Dimoderasi Oleh Kualitas Produk. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 5(2):103.

Yunitasari, S. & Anwar, M. (2022). Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya. *Widya Manajemen*. 4(2):160–170.

\_\_\_\_\_, 2021. Pedoman Penyusunan Skripsi. Universitas Muria Kudus. Prodi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

<https://infobrand.id> (diakses 7 November 2023).

<https://trends.google.co.id> (diakses 27 Februari 2023).

<https://www.matahari.com> (diakses 17 Januari 2024).

<https://www.topbrand-award.com> (diakses 7 Juli 2023).