

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. <https://jdih.kemenkeu.go.id/> .
- Abrilia, S. H. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume 12, No 02.
- Affandi, A., Y. & Ajizah, N. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. 131–141.
- Ahmad, R., Ahmad, M. J., Farhan, M. & Arshad, M. Z. (2020). Relationship Between The Green Marketing Strategies And Market Performance of Pakistan SMEs. *Research Gate*. 43(3). 204-2016.
- Al-Murad, N. Y. M. (2022). Apply Green Marketing Strategies to Improve Market Performance by Competitive Advantage as Mediating: An Analytical Study of Some Small Organizations in Iraq. *Webology*. 1266-1281.
- Angraeni, F., D., Mustaruddin, Afifah, N., Purnomo, B., B. & Rosnani, T. (2023). The Effect of Market Orientation, Competitive Advantage and Marketing Performance on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through Value Creation as a Mediating Variable. *Scientific Research Journal of Economics and Business Management*. 60-67.
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Arbawa, D. L. & Wardoyo, P. (2018). Kuunggulan Bersaing: Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. DOI: <http://dx.doi.org/10.26623/jreb.v11i1.1077>.

- Arseculeratne, D. & Yazdanifard, R. (2014). How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*. 130-137.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Industri Pengolahan Besar dan Sedang 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bahri. (Dampak Green Product dan Green Marketing terhadap Keunggulan Bersaing Kelompok UPPKS “Kalipakem Baru”: Dimediasi Etika Lingkungan Bisnis). *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*. DOI: 10.20961/jkb.v27i1.52113.
- Barney, J. B. (2018). *Gaining and sustaining competitive advantage (5th ed.)*. Pearson.
- Batubara, M., S. & Elwisam. (2024). Peran Green Marketing Memoderasi Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Kesadaran Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik di Kabupaten Bandung. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 2171-2184.
- Craven, D. W., & Piercy, N. F. (2014). *Strategic marketing (10th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Dahlstrom, R. A. (2020). *Green marketing: Principles and practices*. Routledge.
- _____. (2020). *Green marketing: A global perspective*. Routledge.
- Dahlstrom, R. A., & Pongrante, C. (2020). Green marketing: A critical review and research agenda. *Journal of Business Research*, 120, 349-364.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Vol 3 No. 1. ISSN : 2407-2648 (p) ISSN : 2407-263X (online).
- Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). “Green marketing”: An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 165, 1263–1279.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Edisi 15*. Jakarta: Salemba Empat.

- Dewi, N. M. P., & Ekawati, N., W. (2017). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 9., ISSN : 2302-8912.
- Fillanov, M. F. & Fitriani, L. K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Mmelalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada UMKM di Kabupaten Kuningan). *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 4 Nomor 2. e-ISSN: 2776-2483, p-ISSN: 2723-1941.
- Febriatmoko, B., Prananta, W. & Wijaya, A. P. (2023). A Case Study: How Does Green Market Orientation Impact MSMEs Marketing Performance Through Organizational Ambidexterity?. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 1-8.
- Feranita, N. V. & Setiawan, H. A. (2018). *Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. Majalah Ilmiah "DIAN ILMU" Vol.18 No.1*. ISSN Cetak: 0853-2516. ISSN Online: 2620-7451.
- Ferdinand, A. (2014). *Analisis Data dengan Structural Equation Modeling (SEM)*. Depok: Universitas Indonesia.
- Ferdinand, A. (2020). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategis dan Aplikatif. Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. D. (2014). *Marketing Strategy. 6th Edition*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Ghozali, I. (2020). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2021). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanty, I. T & Ratnawati, A. (2013). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. *EKOBIS*. Vol.14, No.2.

- Haq, A., D. & Sefnedi. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics Bung Hatta University*. Vol. 2. No. 2. 1-3.
- Jamaludin, M. (2019). *Manajemen Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Perindustrian. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian Tahun 2022*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., Jr., & McDaniel, C. (2014). *Marketing*. Cengage Learning.
- Mandala, Manurung. (2018). *Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: LPFEUI.
- Manek, D. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Pengolahan di Kota Semarang. *Juima* Vol. 8 No. 2.
- Mardiyono, A. (2014). Pengaruh Orientasi Pasar, Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *serat Acitya-Jurnal Ilmiah, UNTAG Semarang*.
- Maryani, L. & Chaniago, H. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 5, No. 1. P-ISSN 2460-8211. E-ISSN 2684-706X.
- Mauliyah, M., E., Basalamah, M., R. & Wahyuningtyas, N. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 12. No. 02. 1930-1937. ISSN : 2302-7061.
- Merakati, I., Rusdarti & Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*. p-ISSN 2301-7341. e-ISSN 2502-4485.

- Mauliyah, M., E., Basalamah, M., R. & Wahyuningtyas, N. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen*. Vol. 12. No. 02. ISSN : 2302-7061.
- Mujahidah, R., M. & Wiwoho, G. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 960-975.
- Naninsih, N., Alam, S. & Indriasari, D. P. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *YUME : Journal of Management*. 479 – 490.
- Ningrum, S., Fitra, V., D. & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*. 1-9.
- Nugroho, Adi Sulistyoyo. (2016). *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: EKUILIBRIA.
- Ottman, J., A. (2016). *The New Rules of Green Marketing: Strategies for Sustainable Brands*. Greenleaf Publishing.
- Pertiwi, Y. D. & Siswoyo, B. B. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Keripik Buah di Kota Batu. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*. ISSN 2460-0784.
- Porter, M. E. (2014). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Prakash, A. (2011). Green marketing and corporate social responsibility: A theoretical and practical review. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 437-453.

- _____. (2018). Green Marketing, Public Policy and Managerial Strategies. https://www.researchgate.net/publication/227516672_Green_Marketing_Public_Policy_and_Managerial_Strategies.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi dan Informasi*, 178-188.
- Rahmantya, Y., E., K., Haryati, T., Setiawan P. & Wulansari, A., S. (2024). *Metodologi Penelitian: Bisnis*. Bandung: Widina Media Utama. ISBN: 978-623-500-171-5.
- Rahmidani, R. (2015). *Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*. SNEMA Universitas Negeri Padang (UNP). ISBN: 978-602-17129-5-5. Available Online at <http://fe.unp.ac.id/>.
- Sari, V. N. & Ali, H. (2019). Perumusan Strategi Bagi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang Untuk Meraih Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*. Volume 1, Issue1. E-ISSN: 2686-5238, P-ISSN: 2686-4916. Available Online: <https://dinastirev.org/JEMSI>.
- Sari, R. P., Juliawati, D. E., & Nurhayati, T. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Industri Barang Konsumen Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 22(2), 235-248.
- Setiawan, H. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar, Budaya Organisasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolahan di Kota Palembang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.11 No.3.
- Sharma, R. K., & Bhattacharya, S. C. (2017). *Green Marketing: A Managerial Perspective*. In S. C. Bhattacharya & S. L. Sen (Eds.), *Handbook of Green Marketing: Consumer Behavior, Corporate Strategies, and Public Policy* (pp. 131-152). Edward Elgar Publishing.

- Sudaryono. (2023). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. Edisi kedua*. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tirtayasa, S., Syahrial, H., Nasib & Nofriza, B. (2022). The Effect of Market Orientation and Product Innovation on Performance-Mediated Competitive Advantage Marketing(Case Study of MSME Boutiq Women in Medan Market Center). *International Journal of Applied Finance and Business Studies*. 23-30.
- Tjiptono, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreatifitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN*. Vol. 31 No. 2. P-ISSN : 0854-1442 E-ISSN : 2503-4460.
- Welch, C. (2002). *The art of selling: Lessons from the world's greatest salespeople*. John Wiley & Sons.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2022). *Green Marketing: Dalam Perspektif Bisnis*. Bandung. PT. Refika Aditama. ISBN 978-623-6232-69-9.
- Wulandary, E. & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra Serta Perngaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 13, No. 2. p-ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X.
- Zulkarnain, M. & Mukarramah. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Article History* Vol. 7 No. 2. E-ISSN: 2548-9836.