

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Bandung*. 3(3), 123–128.
- Akkas, N., & Marwana, H. (2019). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv . Anugerah Perdana Palu Analysis Of The Effect Of Marketing Mixed Strategy On Purchase Decisions To Buy Honda Motorcycle In Cv . Anugerah Perdana Palu*. 6, 105–110.
- Amilia, S. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha Kota Langsa*. 4(1), 26–37.
- Basuki, N. G. (2020). *Penguatan Strategi Pemasaran Puduk Di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan*. 6(1), 48–54.
- Bernard E.S, E. (2019). *Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Jakarta*. 22(2), 92–114.
- bps. (2021). *Perekonomian Indonesia Selama Masa Pandemi*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian*. 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Cambridge, D. (2020). No Titl. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/kepuasanpelanggan>
- Cravens, D.W, Piercy, N. . (2013). *Strategic Marketing*. *Asian Journal of Innovation and Intrepreneurship*, 03(September 2018), 261–271.
- Dinkop, K..(2021)..*Jumlah UMKM Kabupaten Mojokerto*. [Pungging.Mojokertokab.Go.Id.](http://pungging.mojokertokab.go.id) <http://pungging.mojokertokab.go.id/berita/bantuan-produktif-usaha-mikro-bpum-sebesar-rp-12-juta-per-orang-1628142457>
- Dwi, Y. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Profitabilitas Pada UmkmKripik Buah Di Kota Batu*. 231–238.
- F.W.Mamonto, W. J. F. A. T. (2021). *Pembelian Pada Rumah Makan*

Podomoro Poigar Di Era Normal Baru Analysis Of Marketing Mixed Factors ( 4p ) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era Jurnal Emba Vol .9. ISSN 2303-1174, 9(2), 110–121.

Febriyani, F. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli*. 4, 243–247.

Ghozali, L. (2015). *Partial Least Squares SmartPLS 3.0* (2nd ed.).

Henny, W. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta ) Henny Welsa Muhamad Khoironi*. 1–16.

Hurley, R. (2015). *Innovation , Market Orientation , and Organizational Learning : An Integration and Empirical Examination*. August 2015. <https://doi.org/10.2307/1251742>

Jogaratnam, G. (2017). International Journal of Hospitality Management *The effect of market orientation , entrepreneurial orientation and human capital on positional advantage : Evidence from the restaurant industry. International Journal of Hospitality Management, 60, 104–113.* <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>

Kotler, K. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. E- Jurnal Riset Manajemen*, 1–11.

Lestari, R. (2019). *Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Profitabilitas . 4.* Mahfudy, K. A. (2020). *MATRIK Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Hasil Omset UMKM Mahasiswa Teknik industri UMG. XXI(1).* <https://doi.org/10.350587/Matrik>

Nyoman, N. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Profitabilitas melalui Minat Beli Customer sebagai Variabel Intervening pada Usaha Pudding Art di Kota Denpasar. 03, 327–335.*

Putra, J. (2018). *Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan. 5(2), 181–190.*

Putrawan, I. M. (2017). *Pengujian Hipotesis Dalam Penelitian-penelitian* (1st ed.). Riduwan, K. (2021). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis* (8th ed.).

Satria, T.(2021). *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Profitabilitas UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19 The Effect of Marketing Strategy on Improving*

*SMEs Performance is moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic*. 22(2), 245–260. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>

Setyawati, I. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan laba UMKM*. 20, 343–347.

Slater, S. F., & Narver, J. C. (2018). *Market Orientation and Learning Organization*. July 1995. <https://doi.org/10.2307/1252120>

Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.).

Tjiptono, F. dan G. C. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Oleh: Andri Rizko Yulianto. Bina Sarana Informatika (BSI). *Jurnal Ekonomi*, 20.

Utamingsih, A. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Inovasi dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Profitabilitas Pada UMKM Kerajinan Rotan Desa Teluk Wetan Jepara*. 31(2), 77–87.

Riduwan, K. (2021). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis* (8th ed.).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (2nd ed.).