

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. (2017). *Pemodelan Sistem*. Deepublish.
- Aaker, David A. Kumar, V., George S, 2018, *Marketing Research*, 13th edition
New Jersey, John Wiley & Sons.
- Andriessa, R. (2021). Manfaat Website Menurut Ahli dan Pengertiannya.
<https://campusdigital.id/>. (Diakses 10 Juli 2022)
- Andrologi, F. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dan Dampak Terhadap Brand Equity. 11-19.
- Arianti. 2012. Tujuan inovasi produk. (www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com diakses pada 01 Juli 2022)
- Badan Pusat Statistik. Statistik UMKM Tahun 2012–2013. Diakses dari <https://www.bps.go.id/subjek/view/id/9> (Diakses 10 Juli 2022)).
- Fendy Tjiptonio dan Gregorius Chandra, *Service Wisata dan Satisfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2005), hal.121
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2003), hal.223-225
- Kementrian Perdagangan. (2021). Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan. Jakarta: Kemtrian Perdagangan.
- Kendall, K. (1999), *Benchmarking from A to Z: Using Benchmarking to Achieve Improved Process Performance*, E&S Tucson, Tucson, AZ.
- M. tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: kanisius, 2000) hal. 109
- Michael E. Porter, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance* (New York: Free Press, 1985).
- Mohammad jafar hafisah, *kemitraan usaha*, (Jakarta: sinar harapan, 2000), hal. 10
- Mui, C. K., & Ming, L. T. (2020). A Critical Review on Impression Rate and Pattern on Social Media Sites. International Conference on Digital Transformation and Applications.

- Murnawan Heri, Mustofa (2014). perencanaan produktivitas kerja dari hasil evaluasi produktivitas dengan metode fishbone di perusahaan percetakan kemasan X. 5(2), 111–116
- Osterwalder, & Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Rangkuti, F., 2019. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Robert L. Flood, E. R. (2013). *Dealing with Complexity*. Springer US.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. (sOBIRIN, Ed.) SAH MEDIA.
- Shamma, H., & Hassan, S. (2013). Customer-driven benchmarking: A strategic approach toward a sustainable marketing performance. *Benchmarking*, 20(3), 377–395. <https://doi.org/10.1108/14635771311318144>
- Shopee. (2022). Kebijakan Shopee Tentang Produk Rusak dan Pedoman Pengemasan. <https://seller.shopee.co.id>. (Diakses 5 Juli 2022)
- Singh, A. K. (2016). Competitive service quality benchmarking in airline industry using AHP. *Benchmarking*, 23(4), 768–791. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2013-0061>
- Sociabuzz. (2018). The State of *Influencer* Marketing 2018 in Indonesia - Kupas Tuntas Tren Pemasaran Endorse. <https://sociabuzz.com>. (Diakses 6 Juli 2022)
- Sunyoto, D. (2015). Keunggulan Bersaing. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Taufiq Amir, Manajemen Strategik konsep dan Aplikasi, (Jakarta: Raja Wakli Pers,2011),155.
- Utami, I. D. (2021). *Pemodelan Sistem*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.

Wulan Purnama Sari, I. W. (2021). *Buku Ajar Manajemen Kinerja Industri*.
Zifatama Jawara