

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. (2021). *Market Sensing Capability dan Dinamika Persaingan Pasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Abdullah, S., & Ampauleng, A. (2023). *Market Sensing Capability And Catering Product Innovation: The Role Of Knowledge Creation And Entrepreneurship Orientation*. *Journal Of Economics, Business, And Accountancy Ventura*, 26(2), 153–166. <https://doi.org/10.14414/Jebav.V26i2.3202>
- Adam, A., et al. (2022). Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada UMKM di Kota Gorontalo pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 557–567.
- Aditama, R.A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Aisyah, N. (2022). Analisis Pemasaran dalam Perspektif Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 45-52.
- Alshanty, A. M., & Emeagwali, O. L. (2019). *Market-Sensing Capability, Knowledge Creation And Innovation: The Moderating Role Of Entrepreneurial-Oriented Orientation*. *Journal Of Innovation & Knowledge*, 4(3), 171–178.
- Ardyan Elia. (2016, January). *Market Sensing Capability And Smes Performance: The Mediating Role Of Product Innovativeness Success | Dlsu Business And Economics Review*. https://dlsu-ber.com/market-sensing-capability-and-smes-performance-the-mediating-role-of-product-innovativeness-success/?utm_source=chatgpt.com
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bunjamin, R. (2021). *Strategi Pemasaran Modern dan Keunggulan Bersaing Perusahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Chux G, & Iwu. (2025). *What Is Marketing?*
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc. 342 hlm.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. (2021). Analisis *Five Forces Porter* dalam Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan. Surabaya: CV Media Nusantara.
- Imiru, G. A. (2024). *The Impacts Of Marketing Capabilities On Business Performance In The Case Of Selected Manufacturing Firms In Ethiopia: The Mediating Role Of Sustainable Competitive Advantage*. *British Journal Of Marketing Studies*, 12(6), 72–113.

- Kaleka, A., & Morgan, N. A. (2019). *How Marketing Capabilities And Current Performance Drive Strategic Intentions In International Markets. Industrial Marketing Management*, 78, 108–121.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles Of Marketing* (Balasubramian, Ed.; 19th Ed.). Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, L. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Pt. Indeks.
- Kurniasari, F. Y. (2022). Strategi Pemasaran Guna Menaikkan Penjualan. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (Ritmik)*, 4(4), 236–245.
- Kusumah, R. J. (2020). Usulan Perumusan Strategi Perusahaan dengan Analisis SWOT untuk Pencapaian Target Penjualan Cat. *JEMSI: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 475–489.
- Lindblom, A. T., Olkkonen, R. M., Mitronen, L., & Kajalo, S. (2008). *Market-Sensing Capability And Business Performance Of Retail Entrepreneurs. Contemporary Management Research*, 4(3), 219–236. <https://doi.org/10.7903/Cmr.1042>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Meftahudin. (2018). Analisis Strategi Bersaing Menggunakan *Porter's Five Forces* Model dalam Industri Modern. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 430 hlm.
- Mulyana, M., & Azka, M. (2022a). *Market Sensing Capability And Customer Relationship Management On Marketing Performance: Role E-Marketing Strategy*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 22(3), 279–288.
- Mulyana, M., & Sari, A. I. (2021). *Effects Of Market-Sensing Capability On Marketing Performance: Roles Of Pious Product Innovativeness And The Speed To Market Strategy*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(3), 252–265. <https://doi.org/10.12695/Jmt.2021.20.3.4>
- Mustofa, A. (2024). *Five Forces Porter* dalam Analisis Strategi Persaingan Industri. Jakarta: Pustaka Karya Mandiri.
- Musyawah, M., & Idayati, R. (2022). Konsep Pemasaran Ditinjau dari Faktor Sosial dan Budaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 33–41.
- Nagara, A. O. A., & Emanputra, A. (2022). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Service Quality* (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa). *Jurna Matematika*, 4(1), 7–10.
- Nuraeni, N., & Santia, D. A. (2024). *Market Sensing Capabilities*, Inovasi Produk Sebagai Peningkatan *Competitive Advantage* Pada Umkm Produk Pangan Olahan Terkemas Kecamatan Tukur. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 339–348. <https://doi.org/10.47668/Pkwu.V12i1.1015>
- Nuraeni, R., & Santia, D. (2024). *Pengaruh Market Sensing Capability terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Perusahaan*. *Jurnal Manajemen & Bisnis Modern*, 12(1), 27–36.

- Nurudin, N. (2023). Pengaruh *Marketing Innovativeness* Dan *Market Sensing Capabilities* Terhadap *Marketing Performance* Umkm Batik Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 25(1), 1–13.
- Osakwe, C. N., Chovancova, M., & Ogbonna, B. U. (2016). *Linking Smes Profitability To Brand Orientation And Market-Sensing Capability: A Service Sector Evidence*. *Periodica Polytechnica Social And Management Sciences*, 24(1), 34–40. <https://doi.org/10.3311/Ppso.8069>
- Piercy, N. F., Cravens, D. W., & Lane, N. (2008). *Strategic Marketing* (8th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Rahma, N., & Pradhanawati, A. (2018). *Analisis Strategi Bersaing Perusahaan dalam Menghadapi Persaingan Industri*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 512-520.
- Riftanty, Y. H. (2022). Model Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui *Market Sensing Capability*, *Customer Relationship Management (Crm)* Dan *Social Media Marketing* (Study Pada Umkm Fashion Di Sleman Kota Yogyakarta).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd. 450 hlm.
- Slater, & Narver. (2000). *The Positive Effect Of A Market Orientation On Business Profitability*.
- Steven, S. E. (2022). *Manajemen Pemasaran (Teori Dan Implementasi) (1st Ed.)*. Eureka Media Aksara.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2022). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research & Development (R&D)*. Cetakan Ke-24. Bandung: Alfabeta CV. 430 hlm.
- Supadilah. (2023). Penerapan Sistem Pengupahan Karyawan *Barbershop* Dalam Perspektif Muamalah (Studi Pada *Barbershop* Bang Ali Kota Jambi).
- Teece, D. J. (2012). *Dynamic Capabilities: Understanding Strategic Change in Organizations*. Oxford: Oxford University Press.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Yulia, F., et al. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

