# DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2011). Kewirausahaan (Untuk Mahasiswa dan Umum). Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_\_\_\_, (2010) Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

Arikunto, S. (2017). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Armstrong, Kotler (2016) Marketing An Introduction, Edisi 13, USA: Perason Education

Assauri Sofjan. (2014). Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Ayuningrum, I. D. and Pangestuti, E. (2018) „Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata Di Kabupaten Bojonegoro‟, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), pp. 195–203

Buchari Alma. (2017). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta: Bandung.

David, Fred R, (2011). Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta

Eddy Soeryanto Soegoto. (2013). Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung. Elex Media Komputindo. Jakarta

Frans, A. and Indrawijaya, S. (2020) „Pengaruh orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi‟, 9(03), pp. 172–182.

Ghozali, Imam (2018), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Semarang: Universitas Diponegoro.

Haloho, E. *et al.* (2020) Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial TerhadapKeunggulanBersaingPadaLIM‟SCafeKisaran‟,5,pp.0–14.

Iskandar, D., Ramadhani, E., dan Bahri, S. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

Nasution, M. N. (2015). “Manajemen Mutu Terpadu”. Bogor : Ghalia Indonesia

Saiman, L. (2017). Kewirausahaan (Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus). Jakarta: Selemba Empat.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Taan, Hapsawati. (2017). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan. Vol. 6, No. 2 ISSN 2252-3073 (diakses pada 12 November 2018)

Tjiptono, Fandy. 2015. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Ujang Suwarman. 2004. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,Edisike-2,