

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran* (1 cetakan). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Achmad, Nur Budi Y Mohammad, Maskan Alifiulathin, U. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=dSJyDwAAQBAJ&pg=PA37&dq=pengertian+data+primer&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiD\\_\\_Oki9XvAhWa93MBHaFHCzYQ6AEwCHoECAyQAg#v=onepage&q=pengertian\\_data\\_primer&f=false](https://books.google.co.id/books?id=dSJyDwAAQBAJ&pg=PA37&dq=pengertian+data+primer&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiD__Oki9XvAhWa93MBHaFHCzYQ6AEwCHoECAyQAg#v=onepage&q=pengertian_data_primer&f=false)
- Al Badi, K. S. (2018). The Impact of Marketing Mix on the Competitive Advantage of the SME Sector in the Al Buraimi Governorate in Oman. *SAGE Open*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/2158244018800838>
- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anang, M. F. (2019a). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Qiara Media.
- Anang, M. F. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Ansori, M., & Iswati, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2* (2nd ed.). Surabaya: Airlangga University Press. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rKbJDwAAQBAJ&pg=PA46&dq=pengertian+hipotesis&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj5woWOqdrvAhVFfSsKHUs0A1oQ6AEwAXoECAIQAg#v=onepage&q=pengertian hipotesis&f=false>
- Apriliani, L., & Ferdinand, A. T. (2015). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan Market Share. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Astuti, N. R., & Nurtantiono, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada*

*Remaja Di Surakarta*. 3(1), 30–38.

Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeth.

Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jbma*, 5(1), 61–75.

Curatman A., Rahmadi, Maulany, S., Ikhsani, M. . (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 61–75. Retrieved from <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/logika/article/view/263>

Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). *Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung Pada PT. Bank Mandiri ( Persero )*, *Tbk* . 3(3), 65–78.

Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Dhewanto, W. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung: Alfabeta.

Eko Adiwalyo. (2019). Inovasi Terbaru, Enesis Group Luncurkan Antis Jasmine Tea. Retrieved March 15, 2021, from [marketeers.com](https://marketeers.com) website: <https://marketeers.com/inovasi-terbaru-ensis-group-luncurkan-antis-jasmine-tea/>

Enesis Group. (2018). Produk Hand Sanitizer Antis. Retrieved February 20, 2021, from [ensis.com](https://ensis.com) website: <https://ensis.com/>

Fauzi, R., Mardiatmi, A. B. D., & Tati Handayani. (2021). Analisis keunggulan bersaing pada produk smartphone samsung. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1675–1693.

Felly Eliza Putri. (2020). 10 Rekomendasi Merk Hand Sanitizer Terbaik untuk

- Basmi Virus. Retrieved March 15, 2021, from tokopedia.com website: <https://www.tokopedia.com/blog/top-merk-hand-sanitizer-terbaik-hlt/>
- Ferdinand, A. T. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifari, M. H., & M, B. D. (2021). *Analisis Keunggulan Bersaing Kopi Kenangan Di Jakarta Selatan*. 2(1), 789–805.
- Gozhali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gozhali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran*. 5(10), 6580–6609.
- Haryantini. (2020). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis Kompetensi Kepuasan Pelanggan ( Study Kasus pada Customer dari PT . Protekindo Sanita , Kab . Tangerang ) Haryantini \*. *Jurnal Pemasaran*, 04(1), 52–61.
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: PT. Hecca Mitra Utama.
- Hunger, J. ., & Wheelen, T. . (2012). *Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.). New York: Pearson Education,Inc.
- Jati Suryo, A. (2020). Pandemi Corona, Penjualan Hand Sanitizer di Ecommerce Meningkat 500%. Retrieved March 11, 2021, from inet.detik.com website: <https://inet.detik.com/business/d-4961921/pandemi-corona-penjualan-hand-sanitizer-di-ecommerce-meningkat-500>
- Kbv Research. (2020). Global Hand Sanitizer Market By Product Types (Gel, Spray, Foam), End-user (Hospitals, Hotels & Restaurants, Residential), Sales Channels (Departmental Store & Supermarkets, Pharmacies, Online Store) By Region, Industry Analysis and Forecast, 2016 - 2026. Retrieved February 20,

2021, from kbvresearch.com website: <https://www.kbvresearch.com/hand-sanitizer-market/>

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management* (4th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Kesehatan, M. (2020). Perbaiki Sektor Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19, Menkes Tekankan Protokol Kesehatan. Retrieved February 24, 2021, from kemkes.go.id website: <https://www.kemkes.go.id/article/view/20112700001/perbaiki-sektor-pariwisata-di-masa-pandemi-covid-19-menkes-tekankan-protokol-kesehatan.html>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

Lestari, E.R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press.

Lestari, Endah R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Tim UB Press, Ed.). Malang: UB Press.

Maulana, N. A. (2019). *The Effect of Prices, Quality of Products and Promotions on the Decision of Purchasing Brand Shoes Yongki Komaladi Mens*. Retrieved from <http://repository.upnvj.ac.id/136/>

Morissan M, .dkk. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Muchammad Fauzi. (2015). *Manajemen Strategik*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya.

Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Samplig dan Uji Hipotesis)* (Mariatul Qibtiyah, Ed.). Surabaya: Jakad Media Publishing. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=hknWDwAAQBAJ&pg=PA71&dq=hipotesis&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwifo\\_SYq9rvAhWUc30KHQwDBwUQ](https://books.google.co.id/books?id=hknWDwAAQBAJ&pg=PA71&dq=hipotesis&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwifo_SYq9rvAhWUc30KHQwDBwUQ)

6AEwAnoECAgQA#v=onepage&q=hipotesis&f=false

- Muslimah, I., Alfatih, S. M., & Jenji, G. A. (2021). Analisis kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen online shop nwe label. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 822–838. Retrieved from <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1162>
- Patmawati, N. S., & Syarif, R. (2020). Pengaruh Harga , Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina Di Mall Kota Kasablanka. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 3(November), 73–83.
- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery : peran orientasi pasar , orientasi kewirausahaan , dan inovasi produk. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88–96. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jmmn.v10i2.4080>
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1 cetakan). Depok: Deepublish.
- Purwaningsih, S. (2015). *Analisis Ekuitas Merek Pada Hand Sanitizer Antis di wilayah DKI Jakarta*. 18(2006), 1–10.
- Puspita, A., & Hadi, M. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan pada Pengguna Smartphone Xiaomi Redmi. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 3–6.
- Putri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bali: Universitas Udayana.
- Rama D, A., Parlaungan N, A., & Safri, H. (2021). Strategi Diferensiasi Produk, Citra Merek, Targetting dan Positioning Pasar terhadap Keunggulan Kompetitif Minuman Lega di Labuhanbatu (Studi Kasus Konsumen Minuman Lega). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 01(01), 10–20.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (1st ed.). Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&pg=PA13&dq=ru>

mus+lemeshow&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiy3peFldfvAhVOIEsFHRqFDVUQ6AEwAHoECAYQA#v=onepage&q=rumus lemeshow&f=false

Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.

Samsurijal Hasan. (2020). *Promosi dan Harga Pemasaran Sebagai Faktor Dasar Untuk Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Produk Perusahaan Properti (Studi Kasus : Propertindo Wijaya Perkasa)*. 2(2), 157–171.

Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Sarwono, J. (2011). *Marketing Intelligence*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Simanjuntak, D. R., Napitupulu, T. M., Wele, A. M., & Yanie, R. (2020). Gambaran Kepatuhan Masyarakat Menerapkan Protokol Kesehatan COVID-19 Di Tempat Umum Periode September 2020 di DKI Jakarta. *Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Indonesia*, (September 2020).

Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengertian+populasi+dan+sampel&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiyqs2Y6dTvAhVCILcAHZFKCIMQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q=pengertian populasi dan sampel&f=false>

Soleh, C., & Rochmansjah, H. (2014). *Pengelolaan Keuangan Desa*. Bandung: Fokus Media.

Sugiyarti, G., & Mardiyono, A. (2017). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Busana Muslim pada Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 2, 36–44.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Retrieved from [http://repository.unpas.ac.id/30262/7/BAB 3 sa.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30262/7/BAB%203%20sa.pdf)

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Sunyoto, D. (2015). *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: PT. Buku Seru.

Suseno, R., Yulianto, E., & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Aribut dan Positioning Produk Terhadap Citra Merek (Survei pada Pemilik Mobil Daihatsu Xenia di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 35(2), 39–45.

Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistika Inferensial* (1st ed.; Giovanni, Ed.). Yogyakarta: Andi. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=jVJLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengertian+analisis+inferensial&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjD88jfot\\_vAhXOcn0KHjGDB8Q6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=pengertian analisis inferensial&f=false](https://books.google.co.id/books?id=jVJLDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengertian+analisis+inferensial&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjD88jfot_vAhXOcn0KHjGDB8Q6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=pengertian%20analisis%20inferensial&f=false)

Taan, H. (2017). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing usaha karawo di kota gorontalo. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 148–158. Retrieved from <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/jbk/article/view/92/97>

Tami Amalia Harati, S. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND SANITIZER DETTOL SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Tampi, N. H. R. (2015). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan dan Diferensiasi Citra terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT.Telkomsel Grapari Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4), 68–81.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

Top Brand Award. (2020). Top Brand Index Fase 2 2020 Kategori Cairan Antiseptik Pembersih Tangan. Retrieved February 15, 2021, from [topbrand-](https://topbrand.com)

award.com website: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=ANTIS](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=ANTIS)

Udriyah, Tham, J., & Ferdous Azam, S. M. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile smes. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>

Warnadi, & Aris, T. (2019). *Manajemen Pemasaran* (A. Ivalaina, Ed.). Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Pemasaran/B-miDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+pemasaran&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/B-miDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+pemasaran&printsec=frontcover)

Widyana, S. F., & Saputra, S. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek Industri Jasa Kurir Dan Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing*. 10(1), 51–57.

Wilar, O. W., G.Worang, F., & Soepeno, D. (2017). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3845–3854. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18082>

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis* (1st ed.; A. Ari Christian, Ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.

Zuhdi, I., Muniroh, L., & Eldine, A. (2021). *Pengaruh Harga Dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing*. 4(1), 110–118.