

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Aisyah, Y. (2020). *Berapa Batas Maksimal Makan Mi Instan dalam Sebulan?* <https://www.kompas.com/food/read/2020/07/15/171740675/berapa-batas-maksimal-makan-mi-instan-dalam-sebulan?page=all>
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Celebes Media Perkasa.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing (Eight Euro)*. Pearson Education.
- Brama, K. V., & Afuan M. (2019). The Influence of Product Innovation and Market Orientation on the Competitive Advantages of Bengkulu Processed Products in Padang. *International Journal of Latest Engineering and Management Research (IJLEMR)*, 04, 31–38.
- Daga, R., Ismail, N., & Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung pada PT . Bank Mandiri (Persero), Tbk. Kanwil Regional X Sulawesi dan Maluku. *SEIKO: Journal Pf Management & Business*, 3(3), 65–78. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/727/434>
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.357>
- Darma, D. A., Abdussamad, Z. K., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(1), 238–250. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/14767>
- Dr. Anam Miftakhul Huda, M. I. K., Diana Elvianita Martanti, SE, M. M., & Dkk. (2018). *Pengantar Manajemen Strategik*. Jayapangus Press.
- Ekarina. (2020). “Kiat Indofood Era Pandemi, Luncurkan Varian Baru hingga Game Online .” <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f6c9c4603fda/kiat-indofood-era-pandemi-luncurkan-varian-baru-hingga-game-online>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Fitriana, I. N., & Cahyanti, M. M. (2022). Peran healthy lifestyle dan advertising intrusiveness terhadap repurchase intention mie instan Lemonilo. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 112–119. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i1.6451>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu.
- Haryadi, S., & Winda, J. (2013). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Hendrayanti, S., & Nurauliya, V. (2021). Building Competitive Advantage through Innovation, Creativity, Product Quality. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 85–94. <https://doi.org/10.54268/baskara.4.1.85-94>
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (Ukm) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 4(08), 8–21. <https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/02>
- Hidayat, K. (2021). Begini strategi Lemonilo kembangkan produk mi instan. *Kontan.co.id*. <https://industri.kontan.co.id/news/begini-strategi-lemonilo-kembangkan-produk-mi-instan>
- Hooley, G., Piercy, N. F., Nicoulaud, B., & Rudd, J. M. (2017). *Marketing Strategy & Competitive Positioning* (sixth edit). Pearson Education.
- Indra, J., Jahrizal, & Nas, S. (2019). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Produk Makanan Pangan Riau Yang Ada Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XI(1).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing* (18 edition). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15 edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, Kevin Lane, & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16 edition). Pearson Education.
- Lestari, E. A. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. UB Press.
- Moses, A., O, E. K., & Osunsan, O. (2018). Product Innovation, Price Level And Competitive Advantage: A Perception Assessment Of Beer Products. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 26–34. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.2189>
- Mulya, A. A., Tineke, W., & Yanto, N. I. (2021). Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industri Pengolahan Makanan Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kota Mombagu). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3.
- Nesi, K., Zulkarnain, & Lestari, G. R. (2022). Strategi meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi, Orientasi Pasar dan Kewirausahaan Pada Coffee Shop di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10, 244–255.
- Nurfajriani, A. (2021). *Analisis Keunggulan Bersaing Produk Hand Sanitizer Antis di Masa Pandemi*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Oktavia, A., & Sriayudha, Y. (2020). *Strategi Orientasi Pasar : Konsep dan Implementasinya Bagi Usaha Kecil dan Menengah*. Salim Media Indonesia (SMI).
- Oktavinus, Sudirman, & Yusuf, H. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut di Wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 5, 211–227.
- Olavia, L. (2023). *Mie Instan, Produk Paling Laris yang Dibeli Gen Z di Online*. <https://katadata.co.id/lonaolavia/digital/63d4fd8f4cf87/mie-instan-produk-paling-laris-yang-dibeli-gen-z-di-online>
- Pahlevi, R. (2022). *Penjualan Mi Instan Terus Meningkat dalam 5 Tahun Terakhir*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/penjualan-mi-instan-terus-meningkat-dalam-5-tahun-terakhir>
- Pangestu, A. M., & Pratama, M. P. (2022). *Pengaruh Iklan Televisi, Healthy Lifestyle, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Kebumen)*.

- Prasetyo, A. S., & Handayani, T. (2018). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi*. 1–8. <https://repository.unikom.ac.id/59116/>
- Prof. Dr. Ir. Agus Djoko Santosa, MS, Prof. Dr. Ir. Anoesyirwan Moeins, M. Ms. (2020). *Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik*. Kepel Press.
- Pujianti, A. T. (2022). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Kecamatan Sukmajaya*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Putri, D. B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Udayana.
- Rahmad, J., & Santy, R. D. (2018). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Susu Cipangeran Cimahi*.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Rahman, D. F. (2022). *Ini 10 Kota dan Kabupaten yang Masyarakatnya Paling Sering Makan Mi Instan pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/22/ini-10-kota-dan-kabupaten-yang-masyarakatnya-paling-sering-makan-mi-instan-pada-2021#:~:text=Kabupaten Murung Raya%2C Kalimantan Tengah,kapita per minggu pada 2021.>
- Rahmawati, A. A. D. (2021). *Wow! Indonesia Negara Pemakan Mie Instan Terbanyak ke-2 di Dunia*. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5678459/wow-indonesia-negara-pemakan-mie-instan-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Rakhmah, D. N. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Reta, T. A., & Leksono, P. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Lemonilo. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*.
- Rynaldo, I., & Engriani, Y. (2021). The influence of market orientation and entrepreneur orientation on competitive advantage Sweettooth Cake and Coffee Padang mediated by product innovation. *Marketing Management*, 2(1), 27–35.

- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo). ALFABETA.
- Taufiqkurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tomczak, T., Kuss, A., & Sven Reinecke. (2017). *Strategic Marketing Market-Oriented Corporate and Business Unit Planning*. Springer Gable. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-658-18417-9>
- Utami, V., Prabandari, Y. S., & Susetyowati, S. (2017). Determinan konsumsi mie instan pada mahasiswa Universitas Sriwijaya. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 33(3), 153. <https://doi.org/10.22146/bkm.13036>
- Uyun, M., & Yoseanto, B. L. (2022). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Yucha, N., & Cahyani, I. P. N. (2022). Strategi diferensiasi, orientasi pasar dan persepsi harga terhadap keunggulan bersaing Marketplace Shopeefood. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1377–1382. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2560>
- Zuhri, A. F., & Susanto, P. (2022). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on Competitive Advantage. *Marketing Management Studies*, 3, 267–273.