

DAFTAR PUSTAKA

- Antanegoro, R. Y., Surya, D., & Sanusi, F. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, *1*(2), 167–178.
- Bakti, J. P. A., Rohman, F., & Sunaryo. (2018). *Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi dan Orientasi Pasar terhadap Kepuasan Pelanggan* (Vol. 5, Issue 2). Universitas Brawijaya Malang.
- Bharadwaj, S. G., P.R., V., & John, F. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal Marketing*, *57*.
- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Dejawata, T. B., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *17*, 2.
- Febrianti, R. A. M., Nugraha, D. N. S., Oktavian, R. F., & Sinaga, O. (2020). *The Role of Competitive Advantage in Developing a Handicraft Market in the Context of a Regional Culture : The Case of Dowa Bag Customers in*. *12*(11), 536–552.
- Gaman, & Sherrington. (1996). *the science of food* (4th ed.). oxford butterworth heinemann.
- Ghahroudi, M. R., & Sagheb, S. (2018). The Impact of Differentiation Strategies on the Women Fashion-Clothing' Performance. *Journal of Economics and Business*, *1*(4), 381–400. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.01.04.35>
- Ghozali, I., Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Analisis Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.) Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., G.T.M, R., C.M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd Editio). Sage Publications Inc.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menunggunakan Partial*

Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (B. Sarwiji (ed.); 12th ed.). PT Indeks.
- Lukas, B. A., & Ferrel, O. C. (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of The Academy Marketing Science*, 28(2).
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.
- Puspita Lianti Putri. (2020). Pengaruh Diferensiasi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 128–147.
- Ranaweera, C., & Prabhu, J. (2003). The Influence of Satisfaction, Trust and Switching Barriers on Customer Retention in a Continuous Purchasing Setting. *International Journal of Service Industry Management*, 14(4), 374–395.
<https://doi.org/10.1108/09564230310489231>
- Reski. (2016). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sukarmen, P. (2013). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO)*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Uma Sekaran, R. B. (2016). *Research Methods For Business*.
https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- West, W., & Harger. (2007). *Advertising & Promotion: an IMC Perspective*.

Thesis:

Elliza Rinda Nastiti. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Switching Barrier (Hambatan Berpindah) terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Tuna “Eza Mandiri” (Studi Kasus di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur). Universitas Brawijaya.

Website:

Dikutip dari <https://se2016.bps.go.id/> pada 27 Februari 2022

Dikutip dari <https://ppptamperan.dkp.jatimprov.go.id/pembangunan-tugu-tuna-menuju-pelabuhan-wisata-edukasi/> pada 16 Maret 2022

Dikutip dari <https://perikanan.pacitankab.go.id> pada 16 Maret 2022