

DAFTAR PUSTAKA

Agung, Ferdinand. 2016. *Analisis Implementasi Proses Knowledge Management pada Kantor Akuntan Publik Non Big-Four (Penelitian Exploratory pada KAPADR)*. Tesis. Yogyakarta. Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada.

Anis, Muchlisn. Widiyarsi, Niken. 2015. *Analisis Kesiapan Industri Kreatif Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)*. Simposium Nasional Teknologi Terapan Pusat Studi Logistik dan Optimisasi Industri UMS. Solo.

Armstrong & Kotler (2016). "Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12". Jakarta: Erlangga.

Aris Mardiyono, Gita Sugiarti. 2015. *Analisis Kinerja Pemasaran Pada Industri Kreatif di Kota Semarang*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945.

Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Challagalla, Goutam, N., dan Shervani, A., Tassaduq. 2014. "Dimension and Types of Supervisory Control: Effect on Salesperson Performance and Satisfaction". *Journal of Marketing*. Vol. 60, No.1, pp: 89-105.

Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.

Gao, CHR Jimmy L. 2014. *A to Z Human Capital (Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep, Teori dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis*. PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta.

Heri Haisal. 2015. *Industri Kreatif di Sumatera Barat jadi Prioritas* di <https://ekonomi.bisnis.com/read/20150227/87/407250/industri-kreatif-di-sumatra-barat-jadi-prioritas> (diakses 23 April 2019).

Homburg, C., Stierl, M., & Bornemann, T. (2013). Corporate Social Responsibility in Business-to-Business Markets: How Organizational Customers Account for Supplier Corporate Social Responsibility Engagement. *Journal of Marketing*, 77(6), 54–72.

Khoirul Lilabrol. 2015. Strategi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Konveksi di Kota Semarang dalam Pasar Terbuka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015.

Manurung, Adler Haymans. 2013. *Initial Public Offering (IPO) Konsep, teori dan proses*. Jakarta:PT Adler Manurung Press.

O'Sullivan, D. (2015), "The Measurement of Marketing Performance in Irish Firms", *Irish Marketing Review* Vol. 19, No. 1/ 2, pp. 26-36.

Patterson Laura. 2014. Taking on the metrics challenge. *Journal Of Targeting Measurement and analysis for marketing* vol 15.

Reijonen, Helen & Komppula, Raija,. (2010). *Perception of Success and Its Effect on Small Firm and Performance*. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 14 No. 4, 669-701. Tersedia : Emerald Insight.

Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Buku 1 Edisi 4. Jakrta: Salemba Empat.

Sudiarta, I.P., Kirya, I.K., Cipta Wayan. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bangli. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*. Volume 2 Tahun 2014.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Klualitatif dan R.D*. Bandung: Alfabeta.

Voss, Zannie Giraud, Glenn B Voss, (2016), Strategic orientation and firm performance in an artistic environment, *Journal of Marketing*, Chicago: Jan 2016 Vol 64 Iss.1 pg 67.17 pgs.

Yeni, Y.H., Aji, I., dan Susdiant, E. 2011. Pengembangan Carson's Levels of Activity Model pada Identifikasi Aktivitas dan Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Sumatera Barat. *Laporan Penelitian Fundamental*, Dikti.

Yuli Budiati, Nuria Universari. 2018. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Strategi Entreneurial Marketing Pada UMKM Klaster Bandeng Presto Semarang Volume 18, Nomor 2.