

DAFTAR PUSTAKA

Adlina et.al. (2023). IMPLEMENTASI STRATEGI E - CRM UP - SELLING DAN CROSS - SELLING DI TOKO MITRA SEJAHTERA. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal.

<https://jurnal.stmikroyal.ac.id/index.php/jurteksi/article/view/2213/1047>

Elwisam, Rahayu Lestari. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm. Jurnal : Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT

<https://core.ac.uk/download/pdf/235155695.pdf>

Faradisa, M. A., & Rochmah, T. N. (2019). Pelaksanaan Cross Selling Dari Instalasi Rawat Jalan Ke Instalasi Radiologi Rumah Sakit Semen Gresik. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.

https://repository.unair.ac.id/118752/1/Jurnal_C37.pdf

Fitriansyah, Aprilia. (2014). Pengaruh Sarana Prasarana Pendidikan Terhadap Efektivitas Proses Pembelajaran Di SMK Negeri 11 Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

http://repository.upi.edu/6302/6/S_AD_P_0906296_Chapter3.pdf

Firdaus, A. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Perumahan (Kasus Pada Perumahan Surya Mandiri Teropong Pt Efa Artha Utama). *Jom Fisip Unri*, 4(1), 1–12.

<https://www.neliti.com/publications/130504/Pengaruh-Strategi-Pemasaran-Terhadap-Minat-Konsumen-Membeli-Produk-Perumahan-Kas>

Haryanto, D. (2007). Inovasi Pembelajaran. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 16, 102–119.

<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/pip/article/view/7137/5131>

Hendriawan, G., Sarifiyono, A. P., & Foster, B. (2022). Penerapan Green Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Eco-Friendly Pijakbumi. *Jmk (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 32.

<https://doi.org/10.32503/jmk.v7i2.2446>

Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 421–430. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4006>

Kristianto, P. (2017). *Proses Inovasi Bentuk , Rasa , Dan Topping Sponge Cake Pada Pavita Cake Semarang*.

<https://repository.unika.ac.id/15189/3/13.30.0023%20Pavita%20Kristianto%20BAB%20II.pdf>

Nasir, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Unitri*, 6(2), 17–23.

<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/528/pdf>

Nempung, T., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web*. November, 1–8.

<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/540/506>

Ningrum, Shintia, dkk. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*

<https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMM/article/view/1614/1173>

Ojasalo, J. (2008). Management of innovation networks: a case study of different approaches. *European Journal of Innovation Management*, 11(1), 51-86. doi: 10.1108/14601060810845222

https://www.researchgate.net/publication/241726890_Management_of_Innovation_Networks_A_Case_Study_of_Different_Approach

Rundengan, M. G., & Program. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Sales Cycle, Keunggulan Bersaing, Relationship Marketing, Cross Selling, Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Pt.Asuransi Jiwa Brilife Kantor Wilayah Manado. *Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7, 15–30.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/22230>

Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 878–886.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/32600>

Suandi, E., Aziz, Z., & Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wasalwa, S. (2020). Manajemen Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam Study Kasus Inovasi Kube (Kelompok Usaha Bersama) Sambal. *Al Imam: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(2), 16–25.

<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alimam/article/view/2021/1441>

Syahputra, & Alnanda, H. (2020). Peran Inovasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Pengunjung Outlet Nike Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 1–9.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30022>

Tuwisma, T. G., & Husna, N. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Printer Merek Epson Pada Toko Dunia Komputer Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 10(1), 1–22.

<https://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/jimma/article/download/939/317>

Wahyudi, S. (2019a). Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019.

<https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/4613/2240>

Wahyudi, S. (2019b). Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Jurnal Valuta*, 5(2), 93–101.

Wais Alkurni, S. Z. (2014). Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada Mm. Cake & Bakery Pekanbaru). *Jom Fisip*, 1(1), 1–12.

<https://media.neliti.com/media/publications/31668-ID-analisis-proses-pengembangan-produk-baru-dalam-rangka-menghadapi-persaingan-bisn.pdf>

