

## DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, N. & Marka, M. (2018). Strategy Competitive Advantages through Marketing Performance. *KINERJA*. Vol. 22, No. 2. Hlm. 168-185.
- Asyhari & Wasitowati. (2015). Hubungan *Triple Helix*, Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja. *2<sup>nd</sup> Conference in Business, Accounting, and Management*, Vol. 2, No. 1, Hlm. 320-334.
- Ayuningrum, I. & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 60, No. 1, Hlm. 195-203.
- Bakhri, A. S. & Hanubun, Y. R. (2018). Pendekatan Kualitatif Paradigma, Epistemologi, Teori dan Aplikasi. *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sorong*, Hlm. 1-21.
- Bekraf. (2017). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Bekraf. (2019). *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Bekraf. (2019). *Opus Creative Economy Outlook 2019*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Bekraf. (2018). *Sistem Ekonomi Kreatif Nasional: Panduan Penilaian Mandiri Kabupaten/ Kota Kreatif Indonesia Tahun 2017-2018*. Jakarta.
- Bekraf. (2018). *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*.(Online). Diakses tanggal 11 Maret 2020 dari <https://www.Bekraf.go.id/pustaka/page/35-rencana-strategis-badan-ekonomi-kreatif-2015-2019>
- Berita Rembang. (2011). Lasem, Central Batik Tulis. (Online). Diakses tanggal 30 Juli 2020 dari <https://berita3rembang.wordpress.com/2011/12/09/lasem-central-batik-tulis/>
- Fenita, W. (2016). *Pengaruh Nilai yang Dirasa, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali Batik Keris di Surabaya*. STIE Perbanas Surabaya.
- Fitriana, A. N., Noor, I., & Hayat, A. (2014). Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No. 2, Hlm. 284.
- Heriyanti, P. & Kurniatum. (2020). *Analisa Triple Helix pada Industri Fashion di Jakarta*. Pasuruan: Qiara Media.
- Hitt, M., dkk. (2001). *Manajemen Strategi: Daya Saing dan Globalisasi*, ed. Ke-4. Terjemahan: Thomas Learning Asia P/L. Jakarta: Salemba Empat.
- IPI. (2010). *Eksplorasi Sejarah Batik Lasem*. Jakarta: Institut Pluralisme Indonesia.

- Izzati, M. & Wilopo. (2018). Implementasi *Triple Helix* Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif di Kota Malang sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 55, No. 1, Hlm. 59-68.
- Jaelani, A. (2019). *Triple Helix* sebagai Model bagi Inovasi Pendidikan Tinggi: Analisis Logika Kelembagaan dalam Pengembangan Kewirausahaan dan Ekonomi. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 11 (1), Hlm. 121-138.
- Jaksic, M. L., Jovanovic, M., & Petkovic, J. (2015). Technology Entrepreneurship in the Changing Business Environment – A *Triple Helix Performance Model*. *Amfiteatru Economic*, 17(38), p. 422-440. (Online) diakses tanggal 11 Juni 2020 dari <https://doaj.org/article/016fef4b107f4daf9acf4de5cff5a887>
- Kazmi, A. (2008). *Strategic Management and Business Policy*. (3<sup>rd</sup> Ed.). New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Kotler, P. & Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. (14<sup>th</sup> Ed.). England: Pearson.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Mayasari, M. D. (2009). *Strategi Pemasaran pada PT. Batik Danar Hadi di Surakarta*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Mulyadi, I. (2011). VALS: Segmentasi Psikografis. (Online). Diakses tanggal 31 Juli 2020 dari <https://marketing.co.id/vals/>
- Pahlevi, A., dkk. (2018). *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Nasional*. Jakarta: CV. Oxy Consultant.
- Porter, Michael E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Peng, M. (2009). *Global Strategy*. (2<sup>nd</sup> Ed.). USA: South-Western, CENGAGE Learning.
- Prasetyo, A. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi*, Vol. X, No.1, Hlm. 51-58.
- Real, N. C., Oliveira, T., & Ruivo, P. (2016). Assessing Business Value of Big Data Analytics in European Firms. *Journal of Business Research*, Vol. 70, p. 379-390. (Online). Diakses tanggal 10 Juni 2020 dari <https://academic.microsoft.com/paper/2521107788/reference/search?q=Asses sing%20business%20value%20of%20Big%20Data%20Analytics%20in%20European%20firms&qe=%2540%2540%2540REFERENCES%253D2521107788&f=&orderBy=0>
- Rinandiyana, Lucky R., Kurniawati, A., & Kurniawan, D. (2016). Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 2, No. 2, Hlm. 105-113.
- Rochani, A. (2017). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas. *Prosiding Seminar Inovasi dalam Pengembangan Smart City yang Berwawasan Lingkungan*, Vol. 1, No.1, Hlm. 83.
- Rosina, D. (2011). *Gallery Batik Tulis Lasem: 28. Kupu-Kupu Latar Rembulan, Nyuk Pitu dan Truntum*. (Online). Diakses tanggal 10 Maret 2020 dari

- <http://batikee.blogspot.com/2011/01/28-kupu-kupu-latar-rembulan-nyuk-pitu.html>
- Rosina, D. (2011). *Gallery Batik Tulis Lasem: 30. Bledak Lung-lungan Hijau Kuning*. (Online). Diakses pada 10 Maret 2020 dari <http://batikee.blogspot.com/2011/02/30-bledak-lung-lungan-hijau-kuning.html>
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Siregar, D. (2013). Aplikasi Motif Batik *Chinese* Dengan Teknik Kaleidoskop pada Busana Siap Pakai. *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain*, No. 1, Hlm. 1-9.
- Sugiarto, E. (2018). *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia*. (Online). Diakses tanggal 11 Maret 2020 dari [https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_kreatif\\_masa\\_depan\\_indonesia](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia)
- Sugiyarti, G. (2015). Membangun Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk (Studi Empiris pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di kota Semarang). *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, Vol. 4, No. 2, Hlm. 110-123.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- UNESCO. (2009). *Indonesian Batik*. (Online). Diakses tanggal 29 Juli 2020 dari <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170>
- Wahjusaputri, S., Fitriani, S., Diponegoro, A., & Indah, T. (2018). Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis *Triple Helix* bagi UKM di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka*, Hlm. 1-22.
- Widiana, M. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.
- Yuliawati, S. (2012). Kajian Implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai Fenomena Pendidikan Tinggi di Indonesia. *WIDYA*, Tahun 29 No. 318.