

Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku Usaha di Sentra Keripik”Singkong Pedas Cimahi

Mochammad Zakky Pauzi , Dr. Rizky Zulfikar, SE., M.Si

Programa Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan ABisnis
Universitas Komputer Indonesia
E-mail: d3168rr@gmail.com

ABSTRACTa

Recent business conditions continue to experience significant improvements both in terms of the quality of competition, as well as in the quantity or number of companies that exist and continue to grow. Companies that have the desire to develop must take advantage of all kinds of opportunities and exert maximum effort to be superior to other companies. The purpose of this study was to determine how much influence business location and product innovation have on competitive advantage

A method of withdrawal sample used is sampling saturated consisted of 30 respondents. The method of analysis to research it uses descriptive analysis and verifikatif consisting of regression analysis linear multiple, correlation analysis product moment, the coefficients determination and the hypothesis used to measure the magnitude of the influence of business location and product innovation have on competitive advantage.

The results of the study concluded that business location and product innovation could be partially improved compared simultaneously with competitive advantage. Overall the business location is in the good enough category, product innovation is in the good enough category, organizational culture is in the good enough category and the competitive advantage is in the good enough category. The results of the study also concluded that business location had more effect on competitive advantage compared to product innovation on competitive advantage at the Cimahi Spicy Cassava Chips Center.

Keywords: *business location, product innovation, and competitive advantage*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Penelitian

Kondisi persaingan di semua sektor bisnis di Indonesia pada saat ini semakin meningkat dengan pesat, perusahaan diharapkan mampu memilih strategi yang tepat untuk bisa bersaing dengan pelaku pasar lainnya di pasaran. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaann yang sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan pelaku usaha, serta perubahan yang ada, agar mampu bersaing dengan pihak pesaing, maka setiap perusahaan harus lebih berinovasi dalam meningkatkan mutu serta kualitas kompetensi dan kemampuan dalam hal berbisnis agar kemampuan perusahaan dalam mencapai keberhasilan dapat terwujud baik itu di bidang usaha yang besar ataupun usaha yang bersekala kecil dan menengah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia menjadi salah satu sumber penting bagi perdagangan produk dan jasa, maka menjadi kesempatan untuk para pedagang khususnya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk terus melakukan perkembangan dalam usaha mereka agar tujuan keberhasilan usaha bisa tercapai. Dengan terus berubahnya keinginan pelaku usaha makan menjadi tantnagn dan kesempatan bagi perusahaan untuk terus berkembang khususnya perusahaan mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah bentuk usaha yang mempunyai perkembangan yang baik, karena jumlah UMKM yang ada di

Indonesia terus semakin menjamur serta menjadi salah satu aspek besar bagi perkembangan devisa negara.

Keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menentukan lokasi usaha serta faktor-faktor di luar perusahaan. Faktor ini mempengaruhi proses keunggulan bersaing yang akan di capai, pada dasarnya dalam memperoleh keberhasilan usaha pada industri kecil adalah sama. Dengan memilih lokasi usaha yang mudah dijangkau dan memiliki lahan yang memadai untuk pembeli maka akan menarik minat untuk pembeli untuk membeli produk yang kita jual.

Aspek penting dalam keunggulan bersaing adalah dalam memilih lokasi usaha yang tepat sebelum menjalankan bisnis yang akan di jalankan. Menurut Andy Tjiptono (2014:34) Lokasi mengarah pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada pelaku usaha

Selain lokasi usaha, faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk. Menurut Kolter (2016:454) Inovasi produk yaitu gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Perusahaan harus mampu mengembangkan produknya agar dapat memperoleh keberhasilan usaha. Keunggulan bersaing dapat dilihat apabila produk yang di tawarkan terjual dan usaha yang di jalankan mengalami perkembangan dalam segi laba, skala usaha, maupun tempat..

Dari gambaran diatas, maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, untuk itu peneliti mengambil judul penelitian, **“Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi”**

RUMUSAN MASALAH

Rumusan Masalah penelitian dimulai dari bagaimana Lokasi Usaha, dan Inovasi' Produk serta Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong' Pedas Cimahi. Selanjutnya pertanyaan seberapa besar pengaruh Lokasi Usaha, dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Tujuan peneliti mengetahui Lokasi Usaha, dan Inovasi Produk serta Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi. Sedangkan tujuan utama peneliti mencari tahu besarnya pengaruh Lokasi Usaha, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Dengan melihat tujuan penelitian, maka terdapat kegunaan praktis berupa penggunaan dalam menentukan keunggulan bersaing pada perusahaan yang berada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi dan kegunaan teoritis mengharapkan bertambahnya wawasan dalam ilmu manajemen keuangan terutama keempat variabel yang digunakan oleh peneliti serta bukti empiris yang dijadikan sebagai pengetahuan tentang factor-faktor yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing

TINJAUAN PUSTAKA

a. Lokasi Usaha

Menurut Fandy Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Berman & Evans (2013:276) Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran ceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis

Menurut Fandy Tjiptono (2014:15) beberapa indikator dari lokasi yaitu :

1. Ketersediaan lahan parkir
2. Memiliki tempat yang cukup luas
3. Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi
4. Lokasi yang strategis

b. Inovasi Produk

Menurut Kotler (2016:454) dalam bukunya menyatakan bahwa Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Menurut Hubeis (2012: 75) menyatakan bahwa Inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru, yang seringkali dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk metode produksi yang tidak diketahui.].

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:233) berpendapat bahwa lima karakteristik sangatlah penting dalam mempengaruhi tingkat pengapdosian inovasi, diantaranya adalah sebagai berikut .:

1. Keunggulan Relatif
2. Kompatibilitas
3. Divisibiliras
4. Komunikabilitas

c. Keunggulan Bersaing

Menurut Raeny Dwi Santy (2016) menyatakan bahwa Keunggulan kompetitif diperoleh jika perusahaan melaksanakan strategi penciptaan nilai secara tidak serentak dengan strategi yang diimplementasikan oleh pesaing yang sekarang ada atau pesaing potensial.

Menurut Hollensen (2010) menyatakan bahwa menciptakan keunggulan bersaing merupakan usaha memberikan manfaat kepada pelanggan melalui diferensiasi yang lebih baik dibandingkan pesaing dan juga upaya mendapatkan biaya yang paling efisien agar mampu menyajikan kebijakan harga yang kompetitif.

Menurut Siti Hajar dan I Putu Gede Sukaatmadja (2016 : 691-692) keunggulan bersaing terdapat 5 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga Bersaing
2. Ekspansi Peluang
3. Pertahanan Ancaman Bersaing
4. Fleksibilitas
5. Hubungan Pelanggan

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian untuk menentukan hasil analisis dengan pendekatan metode kuantitatif serta didukung metode deskriptif menjelaskan dari jawaban tujuan penelitian yaitu mengetahui masing-masing variabel Lokasi Usaha, dan Inovasi Produk serta Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi sedangkan metode verifikatif menjelaskan hasil analisis dari rumusan masalah tentang besarnya pengaruh Lokasi Usaha, dan Inovasi Produk serta Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Maka Objek penelitian berupa variabel bebas yaitu Lokasi Usaha(X_1), Inovasi Produk(X_2) dan untuk variabel terikat menggunakan Keunggulan Bersaing (Y). Data sekunder yang digunakan peneliti dan sumber berasal dari hasil sebar kuisioner kepada sebanyak 30 pelaku usaha dalam penelitian.

Teknik pengumpulan sampel dengan teknik sampling jenuh atau sensus dikarenakan adanya seluruh populasi yang ada dalam penelitian ini layak untuk dijadikan sampel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis ini membahas mengenai perkembangan Lokasi Usaha, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Lokasi Usaha

Hasil penelitian ini menghasilkan total skor dengan persentase pada variabel Lokasi Usaha didapatkan hasil sebesar 62.2%, hasil skor tersebut berada pada kategori cukup baik, dengan persentase tertinggi adalah Tempat Yang Cukup Luas yaitu sebesar 64% berada pada kategori cukup baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah Lokasi Banyak Dilalui Transportasi yaitu sebesar 59.3% berada pada kategori cukup baik.

Inovasi Produk

Hasil penelitian ini menghasilkan total skor dengan persentase pada variabel Inovasi Produk didapatkan hasil sebesar 62.8%, hasil skor tersebut berada pada kategori cukup baik, dengan persentase tertinggi adalah Keunggulan Relatif yaitu sebesar 65.7% berada pada kategori cukup baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah Komunikabilitas yaitu sebesar 59.2% berada pada kategori cukup baik.

Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian ini menghasilkan total skor dengan persentase pada variabel Keunggulan Bersaing di dapatkan hasil sebesar 67.2%, hasil skor tersebut berada pada kategori cukup baik, dengan persentase tertinggi adalah Harga bersaing dan fleksibilitas dan yaitu sebesar 68.7% berada pada kategori baik sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah eksplorasi yaitu sebesar 64.7% berada pada kategori cukup baik.

ANALISIS VERIFIKATIF

1. Uji Regresi Linier Berganda

Nilai yang tertera dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta adalah -0.405 artinya jika Lokasi Usaha dan Inovasi Produk bernilai 0, maka Keunggulan Bersaing akan tetap bernilai -0.405.
- b. Koefisien Regresi Variabel Lokasi Usaha sebesar 0.812 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Lokasi Usaha sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0.812.
- c. Koefisien Regresi Variabel Inovasi Produk sebesar 0.307 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Inovasi Produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0.307.

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam mencari keabsahan analisis jalur, penelitian ini akan diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik, yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator yang baik. Adapun uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian dari olah data SPSS menghasilkan nilai signifikan *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,803 yang mana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan data memiliki distribusi normal

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Nilai *tolerance* yang diperoleh untuk kedua variabel bebas adalah sebesar $> 0,10$ dengan nilai *VIF* sebesar < 10 . Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen. Dari Gambar Scatterplots dibawah ini terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian

3. Analisis Korelasi

a. Korelasi antara Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing

Diperoleh nilai koefisien korelasi untuk Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0.753 berdasarkan kriteria (0.61 – 0.80), korelasi Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin penerapan Lokasi Usaha mampu diterapkan di perusahaan ini maka akan ada hubungan yang cukup tinggi pada Keunggulan Bersaing

b. Korelasi antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Diperoleh nilai koefisien korelasi untuk Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0.552 berdasarkan kriteria korelasi (0.401 – 0.60) Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing memiliki tingkat korelasi sedang. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin Inovasi Produk seorang pelaku usaha dalam mampu menerapkan di perusahaan akan memiliki hubungan yang sedang pada Keunggulan Bersaing.

c. Korelasi antara Lokasi Usaha dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Diperoleh nilai koefisien korelasi untuk Lokasi Usaha dan Inovasi Produk, dengan Keunggulan Bersaing sebesar 0.799 berdasarkan kriteria (0.601 – 0.80), korelasi Lokasi Usaha dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin Lokasi Usaha dan Inovasi Produk seorang pelaku usaha menerapkan di perusahaan akan memiliki hubungan yang cukup tinggi pada Keunggulan Bersaing.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.639 atau 63.9% hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing sedangkan sisanya sebesar 36.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah orientasi pasar, kualitas produk dan lain sebagainya.

5. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial

Uji Hipotesis Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing

Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_1 sebesar 4,995 $>$ nilai t_{tabel} 1.703, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga menunjukkan nilai Sig. yang diperoleh adalah 0,000. Nilai ini lebih kecil dari 0,05 yang berarti pengujian ini bernilai signifikan artinya variabel Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Uji Hipotesis Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_2 sebesar 2,319 > nilai t_{tabel} 1.703, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga menunjukkan nilai Sig. yang diperoleh adalah 0,028. Nilai ini lebih kecil dari 0,05 yang berarti pengujian ini bernilai signifikan artinya variabel Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Uji Hipotesis Secara Simultan

Diketahui bahwa f_{hitung} untuk X_1 dan X_2 sebesar 23,848 > nilai f_{tabel} 3,35, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga menunjukkan nilai Sig. yang diperoleh adalah 0,000. Nilai ini lebih kecil dari 0,05 yang berarti pengujian ini bernilai signifikan artinya variabel Lokasi Usaha, Inovasi Produk dan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi Usaha yang didalamnya diukur melalui 4 indikator, yaitu ketersediaan lahan parkir, tempat yang cukup luas, lokasi banyak dilalui transportasi, dan lokasi strategis. Indikator tempat yang cukup luas memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator lokasi banyak dilalui transportasi memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup baik. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori cukup baik.
2. Inovasi produk yang ada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi berada pada kategori cukup baik, terdiri dari 4 indikator yaitu Keunggulan Relatif, Komplabilitas, Divisibilitas, dan Komunikabilitas. Indikator Keunggulan Relatif memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator komunikabilitas memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan Inovasi produk Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi cukup mampu diterapkan oleh setiap pelaku usaha di sentra ini.
3. Secara keseluruhan variabel Keunggulan bersaing terdiri dari 4 indikator, yaitu Harga Bersaing, Eksplorasi Peluang, Fleksibilitas dan Hubungan Pelanggan. Indikator Harga bersaing dan fleksibilitas memperoleh persentase tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator eksplorasi memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan keunggulan bersaing pelaku usaha yang ada di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi sudah berjalan cukup baik.
4. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara Lokasi Usaha dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing, hal ini ditunjukkan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang positif dari Lokasi Usaha dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Saran

Berdasarkan kegunaan penelitian tentang Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi sebagai berikut :

1. Pada sentra ini diharapkan setiap pelaku usaha untuk dapat memaksimalkan lokasi usaha yang tersedia dengan memanfaatkan space yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha. Pelaku usaha harus lebih memberikan informasi akses jalan agar konsumen lebih mudah dalam mencapai tempat tujuan seperti penunjuk arah.

2. Dengan berkembangnya permintaan konsumen diharapkan pelaku usaha tidak berhenti untuk selalu berinovasi dengan memberikan varian rasa baru dengan ditambahkan kemasan yang menarik agar konsumen bisa lebih tertarik dalam membeli produk yang dijual di sentra ini..
3. Keunggulan Bersaing Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi masih berjalan cukup baik. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pelaku usaha harus lebih menyesuaikan harga jual yang tepat.
4. Lokasi Usaha dan Inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi sudah cukup baik. Namun agar tetap memperoleh keunggulan bersaing yang meningkat perlu dilakukan diantaranya memberi penunjuk arah, memberikan varian rasa baru dan menyesuaikan harga yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Pervaiz K, Shepherd, Charles D. 2010. *Innovation Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Berman dan Evans, 2013. *Retail Management*. 12th Edition. Jakarta; Pearson.
- Christina Widhya Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat
- Hendra Fure. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca, *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No.3.
- Hubeis, Musa dkk. 2012. *Komunikasi Profesional*. [Bogor](#) : IPB Press
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. [Jakarta](#) : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketin, 13th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. [Jakarta](#) : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management, 14th Edition*, Pearson Education Limited.
- Raeny, [Dwi Santy](#). 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Sentra Susu Lembang. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, [2016, Vol 6, No 2 \(2016\)](#). [Bandung](#) : Universitas Komputer Indonesia.
- Soegoto, Drs. IR. Eddy Soeryanto. 2012. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. [Bandung](#) : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. [Bandung](#) : CV. Alfabeta
- [Sugiyono](#). 2011. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- [Sugiyono](#). 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. [Bandung](#): CV Alfabeta

- Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Cetakan Pertama)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses (Edisi Revisi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan, Edisi III*. Jakarta: Salemba Empat
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trustorini. 2017. Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. VII No. 1 Tahun 2017, E-ISSN: 2338-292X. Bandung*; Universitas Komputer Indonesia.
- Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media|
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasinya. Bandung*; Fakultas Ekonomi UNIKOM.
- Umi, Narimawati, Linna, Ismawati., & Sri Dewi, Anggadini. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis
- Uncles, M. 2000. "Market Orientation". *Australian Journal Management*". Vol.25, No.2
- Zimmerer, Thomas W. dan Norman Scarborough. 2012. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.