PENGARUH LOKASI USAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA EATBOSS HEGARMANAH BANDUNG

Oleh :

Rizwan Mayasin

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak : Kafe merupakan suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar ruangan. Dengan semakin banyaknya Kafe di kota Bandung perusahaan akan mendapat ancaman dari perusahaan lain terlebih dalam bidang usaha yang sama. Lokasi usaha dan inovasi produk merupakan faktor yang sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing dengan perusahaan lain.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing Eatboss Hegarmanah Bandung melalui Lokasi Usaha dan Inovasi Produk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey data yang diperoleh langsung melalui kuesioner kepada 85 responden yang diambil dari konsumen Eatboss Hegarmanah Bandung. Penarikan sampel menggunakan metode *slovin* dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari analisis regresi linier berganda. Analisis korelasi dan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

Hasil menunjukan penelitian analisis deskriptif variabel Lokasi Usaha memiliki kategori cukup baik, variabel Inovasi Produk dengan kategori cukup baik, dan untuk variabel Keunggulan Bersaing kategori cukup baik. Untuk analisis verifikatif dijelaskan bahwa Lokasi Usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Lokasi usaha dan Inovasi produk Eatboss Hegarmanah sudah cukup baik, tetapi lokasi usaha kurang strategis dan inovasi terhadap produk harus sering dilakukan.

Kata Kunci *:* Lokasi Usaha, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing

The Influence of Business Location and Product Innovation on Competitive Advantage of Eatboss Hegarmanah Bandung

Oleh :

Rizwan Mayasin

Abstract : *Cafe is a small restaurant that sells light meals and drinks. Eatboss is one of famous cafe in Bandung city. Along with the growing number of cafes in Bandung City, this will be a threat for Eatboss cafe. The business location and product innovation is a very important factor in achieving competitive advantage.*

The purpose of this study is to determine and analyze the factors that affect the competitive advantage of Eatboss Hegarmanah Bandung through business location and product innovation. The research method used is survey data method obtained directly through questionnaire to 85 respondents taken from Eatboss Hegarmanah Bandung customer. Sampling using slovin method and the method of analysis used in this research is descriptive and verificative analysis consisting of multiple linear regression analysis. Correlation analysis and coefficient of determination used to measure the magnitude of the influence of business location and product innovation on competitive advantage.

The descriptive analysis result shows that business location, product innovation and competitive advantage variables are in good enough category. For verificative analysis described that business location and product innovation have a significant effect on competitive advantages partially.

The business location and product innovation of Eatboss Hegarmanah is good enough, but the location of the business is less strategic and the innovation of the product should be done frequently.

Keywords: Business Location, Product Innovation, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Dengan semakin ketatnya persaingan usaha memaksa perusahaan untuk terus menerus melakukan hal-hal baru. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari lagi. Dengan adanya persaingan, perusahaan akan mendapat ancaman dari perusahaan lain terlebih dalam bidang usaha yang sama, baik perusahaan di dalam negeri maupun diluar negeri. Maka dari itu perusahaan dituntut untuk selalu fleksibel dengan mengikuti keinginan pasar dan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan – perusahaan lain. Dengan demikian perusahaan harus menetapkan strategi untuk menguasai persaingan.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terkenal dengan kulinernya. Dengan makin banyaknya tempat makan atau kafe khususnya di

Bandung dan sekitarnya, maka semakin meningkat juga persaingan. Dengan makin banyaknya kafe di kota Bandung perusahaan di tuntut untuk terus berinovasi untuk mampu bersaing sehingga mampu unggul dalam persaingan bisnis.

EatBoss merupakan salah satu kafe yang terletak di Jl Hegarmanah No. 12, Hegarmanah, Cidadap, Kota Bandung Jawa Barat.

Lokasi usaha atau tempat usaha merupakan salah satu hal yang paling penting untuk mencapai kesuksesan dalam perusahaan. Lokasi fasilitas jasa acapkali merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi erat hubungannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Syahlan A. Sume, 2007:138).

Selain lokasi usaha yang mempengaruhi kesuksesan sebuah usaha adalah sebuah inovasi. Inovasi ini akan mempengaruhi kelangsungan hidup sebuah perusahaan itu sendiri. Menurut Prajogo & Sohal (2003:85) dalam penelitian Rangga Dismawan (2013) menyatakan bahwa inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Faktor penting lainya dalam meraih kesuksesan dalam menjalankan usaha adalah keunggulan bersaing dengan perusahaan lainya. (Porter, 1994; Heene & Sanches, 1997) dalam Heri setiawan (2003:105) Sumber keunggulan bersaing dapat ditemukan dari kemampuan manajemen dalam menggali kompetensi bidang-bidang fungsional perusahaan yaitu kompetensi bidang pemasaran, pengembangan dan desain produk serta produksi.

KAJIAN PUSTAKA

Lokasi Usaha

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, **(Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006:113)** dalam penelitian Hendra Fure (2013:274).

Menurut **Kotler dan Amstrong (2008:63)** : "Lokasi adalah Tempat yang meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.

Inovasi Produk

Menurut **(Thompson dalam Indriani dan Prasetyowati, 2008)** dalam penelitian **Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2013:2)** definisi inovasi produk secara klasik adalah konsep yang luas, mencakup ide-ide dan pelaksanaan/implementasi ide terhadap suatu produk baru. Sedangkan menurut (**Johne, 1999 dalam Nursiah dan Radhi, 2009**) dalam penelitian **Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2013:2)** inovasi produk terkait dengan

pengembangan desain produk, tambahan fitur, segala atribut produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing lain yang telah ada.

Keunggulan Bersaing

Menurut **Porter** dalam penelitian **Yuni Istanto (2010:125)** menjelaskan bahwa "keunggulan bersaing adalah konsep keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang sebuah perusahaan sebagai suatu keseluruhan, tetapi harus dari asal keunggulan bersaing itu yaitu berbagai aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya". Maka dari itu untuk menghadapi persaingan pasar, perusahaan harus mampu membaca situasi pasar agar mampu unggul dari pesaingnya.

Menurut (**Swier dan Spencer, 1992 dalam Purnama, 2000**) dalam penelitian **Ratna Kusumawati (2010:58)** memberikan pengertian bahwa keunggulan bersaing adalah suatu posisi unik yang dikembangkan oleh suatu perusahaan atau organisasi sebagai upaya untuk mengalahkan pesaing.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis ingin mendeskripsikan Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Eatboss Hegarmanah Bandung.

Menurut Sugiyono (2005 : 21): " Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas."

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008 : 45) menyatakan bahwa: " Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh atau sensus yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 85 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi Usaha, Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan menggunakan *software SPSS* 21*.0,* diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Keunggulan Bersaing = 0,563 + 0,209 (Lokasi Usaha) + 0,560 (Inovasi Produk) + 32,6 (ε)

a (konstanta)= 0,563 Artinya jika lokasi usaha

	dan inovasi produk bernilai konstan (nol)/tidak ada peningkatan, maka keunggulan bersaing akan bernilai sebesar -0,563.
b_1= 0,209	Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada Lokasi usaha, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,209.
b_2= 0,560	Artinya setiap peningkatan yang terjadi pada inovasi produk, maka akan berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing sebesar 0,560.

ANALISIS KORELASI

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan kedua variabel independen (Lokasi Usaha, dan Inovasi Produk) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing memiliki nilai korelasi sebesar 0,821 menunjukkan bahwa termasuk dalam kriteria hubungan yang sangat kuat karena berada pada interval (0,8-1,00) sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara Lokasi Usaha dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing.
2. Keeratan hubungan antara Lokasi Usaha (X_1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,596 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik lokasi usaha maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, angka sebesar 0,596 termasuk dalam kategori hubungan yang cukup kuat karena berada pada rentang interval 0,40-0,599.
3. Keeratan hubungan antara Inovasi Produk (X_2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,783 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik inovasi produk maka akan diikuti dengan tingginya keunggulan bersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,783 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval (0,60-0,799).

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Dari hasil yang diperoleh tampak nilai R-*square* sebesar 0,674 atau 67,4%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Lokasi usaha dan Inovasi produk secara simultan dalam

memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 67,4%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 67,4% = 32,6% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Secara parsial diketahui bahwa pengaruh variabel Lokasi usaha (X1) terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 16,8% dan inovasi produk (X2) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 50,6%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing adalah Inovasi produk dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 50,6%.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

- Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Di dapat nilai F_{hitung} sebesar 84,884 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan db1/df_1 (banyaknya variabel bebas): 2 dan db_2: n-k-1 (85-2-1) = 82 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,108. Karena F_{hitung} (84,844) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,108) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Lokasi usaha dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di EatBoss Hegarmanah Bandung.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

- Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing

Secara parsial Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, db= (n-k-1) 85-2-1 = 82, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar 1,989. Lokasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (3,917) lebih besar dari t tabel (1,989) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing di Eatboss Hegarmanah Bandung.

- Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (8,958) lebih besar dari t tabel (1,989) dan t hitung berada pada daerah penolakan H_0, sehingga Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di Eatboss Hegarmanah Bandung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi usaha EatBoss Hegarmanah Bandung tergolong cukup baik. Hal ini di dukung berdasarkan

indikator tertinggi dalam variabel Lokasi Usaha yaitu Eatboss memiliki tempat yang cukup luas dan indikator terendah adalah lokasi Eatboss belum strategis, karena moda transportasi umum seperti angkot dll jarang ada yang melewati lokasi Eatboss

2. Inovasi produk EatBoss Hegarmanah Bandung dinilai cukup baik. Dalam hal ini indikator tertinggi Inovasi Produk adalah pengembangan sedangkan indikator terendah adalah sinestesis.
3. Keunggulan bersaing konsumen EatBoss Hegarmanah Bandung tergolong cukup baik. Hal ini di dukung oleh indikator tertinggi variabel Keunggulan Bersaing adalah harga dan kualitas produk dan indikator terendah adalah keunikan produk.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dari lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing di Eatboss Hegarmanah Bandung. Lokasi Eatboss belum strategis, hal ini dapat dilihat dari indikator varibael lokasi usaha bahwa lokasi eatboss belum strategis karena tidak berada pada jalur utama orang berlalu lalang.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di Eatboss Hegarmanah Bandung. Inovasi produk yang dilakukan Eatboss cukup baik tetapi belum maksimal, karena Eatboss Hegarmanah Bandung baru berdiri kurang lebih satu tahun.
6. Secara simultan, lokasi usaha dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing pada Eatboss Hegarmanah cukup baik, hal ini karena sudah adanya inovasi produk yang dilakukan Eatboss Hegarmanah Bandung, tetapi pemilihan lokasi usaha masih belum tepat.

Saran

Penulis telah memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada kafe Eatboss Hegarmanah Bandung, maka penulis akan memberikan saran yang dapat digunakan oleh pengusaha Eatboss Hegarmanah Bandung :

1. Pemilihan lokasi usaha sebagai tempat usaha sebaiknya lebih strategis, sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. Kemudian, agar konsumen lebih mudah dalam menemukan lokasi Eatboss, akan lebih baik lagi bila dipasang spanduk atau baligho ditepi jalan utama agar memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi Eatboss.
2. Inovasi produk yang dilakukan sudah cukup baik, agar inovasi yang dilakukan maksimal maka disarankan untuk memadukan hidangan tradisional dengan hidangan modern sehingga konsumen

tidak merasa jenuh dengan menu yang ada sekarang.

3. Keunggulan bersaing sudah berjalan cukup baik, Tetapi masih terdapat hal yang perlu perbaiki yaitu, dengan memanfaatkan bahan-bahan alam dalam penyajian makanan sehingga menjadi keunikan tersendiri dimata konsumen.
4. Pemilihan lokasi usaha sangat penting dalam mencapai keunggulan bersaing, jadi di sarankan untuk pengusaha eatboss pilih lokasi usaha yang tidak terlalu jauh dengan keramaian agar mudah dijangkau oleh konsumen.
5. Eatboss Hegarmanah Bandung disarankan untuk melakukan inovasi terhadap produknya, misalnya dengan cara mengubah daftar menu makanan dengan nama-nama yang unik, dan bentuk makananya unik agar konsumen tidak jenuh dengan menu yang ditawarkan.
6. Pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing sudah cukup baik, namun untuk hal lokasi usaha pengusaha disarankan untuk memasang iklan di media sosial agar konsumen mengetahui lokasi eatboss.

DAFTAR PUSTAKA

Asep Aminudin, 2016. Pengaruh Desain Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Baleno Kabupaten Garut.

Bagas Prakosa, 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang).* Vol. 2 No. 1 Januari 2005.

Diki Firmansyah, 2016. Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha Bisnis pada Distri *Clothing* di kawasan Trunojoyo Bandung.

Erlina Utamin, 2013. Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi terhadap Keunggulan Bersaing Mayasi Steak, Ramen, Bento Cabang Asia Plaza Tasikmalaya.

Eko Budi Santoso, Ema Umilia, Belinda Ulfa Aulia, 2012. ANALISIS LOKASI DAN KERUANGAN (RP09-1209)

Ernani Hadiyati, 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil.

Fandy Tjiptono, 2002. *Manajemen Jasa*. Cetakan II. Yogyakarta: Andi Offset.

Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.*

Heri Setiawan, 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi*

Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012.

Harya Iswara A.W, Vina Evania dan I Wayan S. Wicaksana. 2007. *Pemilihan Lokasi Usaha dengan Pendekatan Metode Tree Decision*

Harya Iswara, 2007. *Pemilihan Lokasi Usaha dengan Pendekatan Metode Tree Decision*. Jurnal Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil) ISSN 1858-2559 Vol. 2 No. 1

Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*

Hays, W. L., 1969. *Quantification in Psychology*. Prentice Hall of India Private
Limited. New Delhi.

Idowu, Abiola, 2005. *Entrepreneurial Innovation: Small and Medium Scale Enterprises Health Research and Economic Development in Nigeria*. Vol 2, No.11, 2012.

Kotler, Philip & Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid I, edisi keduabelas.Jakarta: Erlangga.

Mashuri. *2008. Metode Analisis Verifikatif dan Cara Menentukanya. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM*

Muhamad Arifin N, 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Keberhasilan Usaha pada Industri Boneka Sukamulya Bandung

Schiffman dan Kanuk 2000. *Consumer Behavior Fifth Edition Prentince-Hall Inc. New Jersey*

Nur Wulandari dan Widiantono. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KOPIKITA Semarang).* Vol. 2, Nomor 2. 2013.

Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. London: The Macmillan Press Ltd.

Ratna Kusumawati, 2010. *Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 54 No. 9.

Ravi Kiran and Vijay Jain, 2012. *Enhancing innovation and intellectual property culture in manufacturing small and medium enterprises*. Vol. 6(4), pp. 1234-1243,1 February, 2012

Rangga Dismawan, 2013. Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.

Stijn Claessens and Neeltje van Horen. *Location Decisions of Foreign Banks and Institutional Competitive Advantage*. DNB Working Paper No. 172 / April 2008.

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Alfabeta.*

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung

Sugiyono (2009: 185) dalam Umi Narimawati (2010: 54) *Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis*

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta

Syahlan A. Sume. 2007. *Analisis Lokasi Perusahaan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus pada PT. Hotel Salak The Heritage Bogor*. Vol 7 No. 2, Oktober 2007.

Septia S.M. Nababan, 2013. Pendapatan dan Jumlah Tanggungan Pengaruhnya terhadap Pola Konsumsi PNS DOSEN dan Tenaga Kependidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: Agung Media

Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani. *Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah di Lombok Barat*. AGORA Vol. 1, No. 1, (2013).

Yuni Istanto. 2010. *Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan Positioning Terhadap Kinerja (Suvey Pada Koperasi Serba Usaha Di Kabupaten Sleman Yogyakarta).*Buletin Ekonomi, Vol. 8, No.2, 70-170.

Yohanes Sidi, 2015. Promotional Planning for Microsoft Office 365 Based on Segmentation by Corporate Brand Image, Productattributes, and Involvement of Binus University Students.

Zia Yunita Amalia, 2016. Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Motor Honda Vario PT Daya Anugerah Mandiri Cimahi.