ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK UNTUK MENCAPAI KEUNNGULAN BERSAING PARA TENAN DI GALLERY HIJAB STORY BANDUNG

Oleh:

Resa Rahmania(1)
Raeni Dwi Santy (2)
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
E-mail : rresarahmnia@gmail.com(1)
raeny.wijaya@gmail.com(2)

ABSTRACT

The industry of moslem fashion in Indonesian has made a positive progress. One of the moslem fashion industry portal in Bandung is Gallery Hijab Story Bandung. To facing market competitors the owner have to be proactive in taking advantage of every opportunity and can handle every risk. The product that invented have to be innovated because the product innovation is one of a way that can be done to increase the competitive advantage. Careful in creating and taking tue bussiness opportunities and appropriate in creating an innovation will produce a competitive advantage that is always expected by every company to achieve a profit. The purpose of this research is to analyze whether the entrepreneurial orientation and product innovation are simultaneously and partially significant effected on the competitive advantage of Galerry Hijab Story Bandung tenants. The method used in this research is descriptive method and verification method. That sample on this research used 32 respondent in tenant of Gallery Hijab Story Bandung. The analytical method used is multiple analysis regression. In advance of the research did the Classical assumption test which include normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test.The result of this research shows that simoultaneously entrepreneurial orientation and product innovation have a significant effect toward competitive advantage, whereas partially entrepreneurial orientation influences competitive advantage significantly as well as product innovation influences competitive advantage significantly.

Keywords : Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, and Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Busana muslim terdiri dari dua konteks yaitu pakaian sehari-hari dan pakaian beribadah. Salah satu dari busana tersebut adalah busana muslim yang merupakan pakaian yang digunakan oleh masyarakat yang menganut agama islam. ciri khas dari busana muslim adalah model yang tertutup, panjang dan sesuai dengan aturan syariat islam. Untuk perempuan busana muslim harusla menutupi bagian tubuh seperti rambut, leher, tangan, dan kaki.

Brand dunia Internasional juga banyak yang mulai merambah ke dunia *fashion* hijab. Koleksi khusus baju muslim juga sering dikenal sebagai *modest wear*. Pada tahun 2009 pasar pakaian muslim masih belum terjamah oleh seluruh *brand* ternama. Namun ketika desainer Hana Tajima seorang mualaf asal Jepang yang mengenakan hijab pertama kali mucul di dunia *fashion* dan sangat mencuri perhatian kalayak ramai, sebagai satu-satunya blogger muslim di tahun 2009. Kehadiran Hana Tajima membuka jalan bagi industri *fashion* santun dan desainer-desainer lain seperti Dian Pelangi.

Indonesia merupakan salah satu pelopor *trend* hijab, sehingga banyak bermunculan para desainer-desainer muda yang membuat hijab menjadi begitu *fashionable* dan jauh dari kesan kuno. Dengan kehadiran para desainer-desainer tersebut membuat hijab sangat popular di kalangan wanita, bahkan muncul komunitas hijjabers yaitu komunitas wanita yang mengenakan hijab yang sekarang menjadi salah komunitas yang sangat berkelas.

Kota Bandung juga dikenal sebagai pusat perkembangan *fashion* muslim. Hal ini dikarenakan banyaknya desainer-desainer yang mempunyai kreatifitas tinggi yang terus berinovasi dalam memproduksi *fashion* muslim. Dan terdapat puluhan butik busana muslim yang berada di Kota Bandung. Salah satu pusat perbelanjaan *fashion* muslim yang ada di kota Bandung adalah Gallery Hijab Story yang

berlokasi di Jalan Banda No. 21 Kota Bandung yang berdiri sejak Desember 2015 lalu. Gallery Hijab Story menyediakan berbagai macam *fashion* busana muslim bsik untuk dewasa mauoun anak-anak dengan *brand* busana muslim terkenal dan ternama di Kota Bandung.

Identifikasi Masalah

1. Para tenan tidak selalu mendesain produk yang berbeda ataupun menciptkan produk yang unik untuk para konsumen.
2. Kurangnya keberanian para tenan dalam mengambil keputusan dengan resiko tinggi.
3. Para tenan yang ada di Gallery Hijab Story hanya fokus pada produk yang telah ada sebelumnya.
4. Produk yang dipasarkan bukanlah produk yang benar-benar baru dipasaran dan kurangnya kreatifitas para tenant untuk menciptakan produk baru.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap orientasi kewirausahaan para tenan di Gallery Hijab Story Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap inovasi produk para tenan di Gallery Hijab Story Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden terhadap keunggulan bersaing para tenan di Gallery Hijab Story Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing para tenan di Gallery Hijab Story Bandung baik secara simultan maupun secara parsial.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap orientasi kewirausahaan para tenan di Gallery Hijab Story Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap inovasi produk para tenan di Gallery Hijab Story Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap keunggulan bersaing para tenan di Gallery Hijab Story Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing para tenan di Gallery Hijab Story Bandung baik secara simultan maupun secara parsial.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan dikenal sebagai orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan juga dikenal sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk mengambil risiko (Becherer dan Maurer dalam jurnal Dwi Wahyu Pril Ranto, 2016 : 2). Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dlaam meningkatkan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan juga merupakan strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama dalam (Michael E. Porter, 2008:32)

Orientasi kewirausahaan berkaitan dengan inovasi-inovasi yang ditawarkan perusahaan, cara pandang perusahan, dan langkah-langkah pengambilan risiko yang akan yang dilakukan perusahaan. dalam menjalankan suatu usaha orientasi perusahaan sangat dibutuhkan karena keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada arah atau pencapain yang telah di rintis perusahaan. Terdapat beberapa indikator orientasi kewirausahaan, yaitu :

1. Inovatif
2. Proaktif
3. Pengambilan Risiko

Inovasi Produk

Menurut West (2000:18) dalam jurnal Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014 : 1217) Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut. inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain, Kotler (2007:36). Adapun indikator inovasi produk, yaitu :

1. Perluasan Lini
2. Peniruan Produk
3. Produk Baru

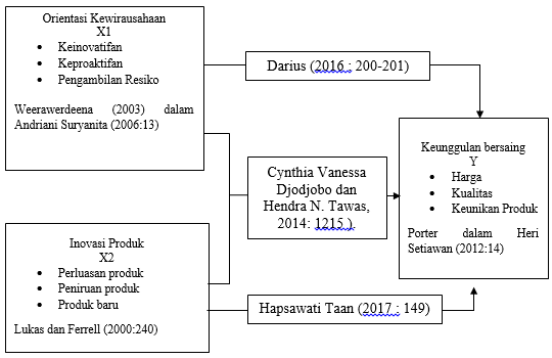
Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah inti dari kinerja perusahaan di dalam pasar yang kompetitif. Namun, seusudah beberapa dasawarsa perluasan dan kemakmuran yang hebat, banyak perusahaan kehilangan pandangan akan keunggulan bersaing dalam perjuangan untuk berkembang dan mengejar diversifikasi. Sekarang ini, pentinngnya keunggulan bersaing pastilah lebih besar. Perusahaan-perusahaan

di seluruh dunia menghadapi pertumbuhan yang lebih lamban dan juga pesaing dalam negri dan global yang tidak lagi bertindak seolah kue perluasan sudah cukup besar bagi semua (Michael E. Porter 2008:9). Terdapat beberapa indikator dari keunggulan bersaing, yaitu :

1. Harga
2. Kualitas
3. Keunikan Produk

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Sub Hipotesis :

H1 :Variabel Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Para Tenan di Gallery Hijab Story Bandung.

H2 : Variabel Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Para Tenan di Gallery Hijab Story Bandung.

H3 : Variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing Para Tenan di Gallery Hijab Story Bandung.

Hipotesis Utama : Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Para Tenan di Gallery Hijab Story Bandung.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian yang disusun adalah Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) sebagai variabel bebas atau independen, dan Keunggulan Bersaing (Y) sebagai variabel terikat atau dependen.

Metode Penelitian

Metode deskriptif digunakan untuk mengambarkan rumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif menurut Husein Umar (2008:47) yaitu untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Selain itu, penelitian ini juga bersifat verifikatif, menurut Mahshuri (2008) dalam Umi Narimawati (2010:29) metode verifikatif yaitu memeriksa benar yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan. Metode verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik yaitu regresi linear. Dimana dalam penelitian ini yang akan diuji adalah orientasi kewirausahaan dan inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil estimasi regresi linier berganda menggunakan *software IBM SPSS 23*, diketahui nilai konstanta (α) yang diperoleh adalah 0.013 nilai β_1 sebesar 0.548, dan nilai β_2 sebesar 0.528. Menurut Sugiyono (2012:192) analisis regresi linier digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen jika terjadi peribahan niali variabel independen. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.013 + 0.548\ X_1 + 0.528\ X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Keunggulan Bersaing
α = Konstanta
β = Koefisien Regresi
X_1 = Orientasi Kewirausahaan
X_2 = Inovasi Produk

Pada persamaan regresi di atas, diketahui bahwa kedua koefisien regresi bertanda positif yang menunjukan bahwa semakin tinggi Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk, maka akan semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Untuk mengetahui suatau data berdistribusi normal atau tidak dapat diukur menggunakan uji normalitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang mendekati normal atau memiliki distribusi normal, sehingga layak untuk dilakukan pengujian statistik.

Berdasarkan hasil olahan data di dapat nilai sig (0.200) > α (0,05). Karena nilai sig > 0.05 dan tidak terdapat masalah pada uji normalitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan nilai *tolerance* untuk seluruh variabel bebas > 0.1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk. Sedangkan nilai VIF seluruh variabel bebas < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk artinya tidak terdapat korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas dan data layak digunakan untuk analisis regresi berganda.

Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2005:105) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain berbeda maka disebut heterokedastisitas.

ANALISIS KOEFISIEN KOLERASI

1. Koefisien korelasi antara orientasi kewirausahan dengan keunggulan bersaing adalah sebesar 0.844 termasuk kategori hubungan yang sangat kuat dikarenakan berada pada interval korelasi antara 0.81 – 1.000.
2. Koefisien korelasi antara sikap dengan niat beli adalah sebesar 0.817 termasuk kategori hubungan yang sangat kuat dikarenakan berada pada interval korelasi antara 0.81 – 1.000.
3. Koefisien korelasi simultan (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,806 yang menunjukan adanya hubungan yang sangat kuat antara Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara simultan dengan Keunggulan Bersaing dikarenakan koefisien korelasi ada pada interval korelasi antara 0.81 – 1.000.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai R = 0.898, nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat, dimana koefisien korelasi tersebut berada pada rentang 0.81 – 1.000. Setelah diketahui nilai R sebesar 0.962, selanjutnya koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \text{ X } 100\%$$

$$= (0.898)^2 \text{ X } 100\%$$

$$= 80.64\%$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 0.898 menunjukan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk memberikan pengaruh simultan sebesar 80.64% terhadap Keunggulan Bersaing Sedangkan sisanya sebesar 19.36% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini. Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order :

a. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1)

   = 0.552 x 0.844 = 0.465 atau 46.5%

b. Variabel Inovasi Produk (X2)

   = 0.688 x 0.817 = 0.562 atau 56,2%

Dari hasil uji individu di atas diketahui bahwa pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y) adalah sebesar 0.465 atau sebesar 46.5%, sedangkan variabel inovasi produk (X2) terhdap keunggulan bersaing (Y) adalah sebesar 0.562 atau sebesar 56,2%. Sehingga variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing (Y) adalah variabel orientasi kewiraushaaan (X1).

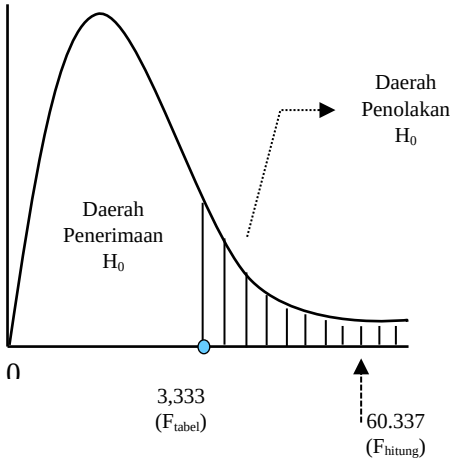
UJI HIPOTESIS

Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

1. Berdasarkan *output* di atas di dapat nilai t_{hitung} sebesar 4.554 dengan $\alpha/2 = 0.05/2 = 0.025$ serta derajat kebebasan df = n – k – 1 = 32 – 2 – 1 = 29, maka di dapat t_{tabel} = 2.045 yang digunakan sebagai nilai kritis dalam uji parsial. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (4.554 > 2.045), maka H_o di tolak dan menerima H_1. Artinya secara parsial jika orientasi kewirausahaan meningkat maka para tenan akan unggul dari pada tenan lainnya.
2. Berdasarkan *output* di atas di dapat nilai t_{hitung} sebesar 3.755 dengan $\alpha/2 = 0.05/2 = 0.025$ serta derajat kebebasan df = n – k – 1 = 32 – 2 – 1 = 29, maka di dapat t_{tabel} = 2.045 yang digunakan sebagai nilai kritis dalam uji parsial. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (3.755 > 2.045), maka H_o di tolak dan menerima H_1. Artinya secara parsial jika inovasi produk meningkat maka para tenan akan unggul dari pada tenan lainnya.

Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Berdasarkan *output* di atas di dapat nilai F_{hitung} sebesar 60.337 dengan α = 0.05 serta derajat kebebasan kebebasan df_1 = k = 2 dan df_2 = n-k-1 = 32-2-1 = 29, maka didapat F_{tabel}= 3.333 yang digunakan sebagai nilai kritis dalam ujian simultan. F_{Hitung} lebih besar dari F_{tabel} (60.337 > 3.333) dan sig (0.000 < 0.05), maka H_0 ditolak dan menerima H_1. Artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Secara visual daerah penolakan maupun penerimaan Ho dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 Kurva Hipotesis Simultan

Berdasarkan gambar kurva di atas, dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 60.337 lebih besar dari nilai F_{tabel} (3.333) dan berada didaerah penolakan Ho yang menunjukan bahwa nilai F_{Hitung} lebih besar dari F_{tabel} (60.337 > 3.333), maka H_0 ditolak dan menerima H_1. Artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y) dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi Kewirausahaan para tenan di Gallery Hijab Story Bandung diukur dengan tiga indikator yaitu inovatif, proaktif, dan pengambilan risiko. Indikator inovatif dan proaktif memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup mampu, sedangkan indikator pengambilan risiko memperoleh skor paling rendah dengan kategori cukup mampu. Secara keseluruhan semua indikator masuk ke dalam kategori cukup mampu. Artinya para tenan di Gallery Hijab Story Bandung kurang berani dalam mengambil risiko untuk mengembangkan dan memajukan usahanya.
2. Inovasi Produk para tenan di Gallery Hijab Story Bandung diukur dengan tiga indikator yaitu perluasan produk, peniruan produk, dan produk baru. Ketiga indikator yang ada pada inovasi produk tergolong ke dalam kategori cukup mampu. Artinya para tenan di Gallery Hijab Story Bandung masih harus terus berinovasi untuk dapat bersaing dengan pasar.
3. Keunggulan Bersaing para tenan di Gallery Hijab Story Bandung diukur dengan tiga indikator yaitu harga, kualitas, dan keunikan produk. Indikator kualitas memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup mampu, sedangkan indikator harga memperoleh skor paling rendah dengan kategori cukup mampu. Secara keseluruhan semua indikator masuk ke dalam kategori cukup mampu. Artinya para tenan di Gallery Hijab Story Bandung kurang mampu untuk bersaing harga dengan para pesaing yang ada.
4. Hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) adalah sebagai berikut :
   a. Secara parsial Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y).
   b. Secara parsial Inovasi Produk (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y).
   c. Secara simultan Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang orientasi kewirausahaan dan inovasi produk untuk mencapai keunggulan bersaing para tenan di Gallery Hijab Story Bandung yaitu sebagai berikut :

1. Indikator terendah pada variabel orientasi kewirausahaan adalah pengambil risiko. Untuk itu para tenan bisa mencoba untuk melakukan pelatihan kewirausahaan, belajar

dari pengalaman orang lain, bertanya kepada orang-orang yang telah sukses serta lebih proaktif atau lebih gigih dalam mencarai peluang usaha. Hal ini dilakukan agar para tenan memiliki pemahaman yang menyeluruh dalam berwirausaha.

2. Para tenan di Gallery Hijab Story Bandung haruslah memberikan sentuhan inovasi terbaru serta *up to date* sesuai perkembangan zaman dengan tujuan untuk peningkatan penjualan produk serta memberi *income* yang menguntungkan kepada Gallery Hijab Store Bandung. Para tenan bisa melakukan inovasi dengan penambahan corak seperti *flower, line, circle,* memadukan dengan unsur budaya, atau dengan memberikan sentuhan sulaman yang indah pada produk-produk tertentu dengan cara melihat perkembangan *trend* fashion yang ada pada saat ini.
3. Harga suatu barang merupakan suatu hal yang sangat diperhatikan oleh para konsumen, dimana para konsumen akan membandingkan harga barang dengan kualitas yang di dapat. Oleh sebab itu para tenan bisa meningkatkan produksi mereka agar menciptakan kualitas terbaik, dengan cara menggunakan alat dan mesin produksi yang memiliki kualitas tinggi sehingga biaya produksi juga akan mengalami penurunan. Dan para tenan bisa memberikan harga yang rendah dengan kualitas yang bagus dibandingkan para tenan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Cynthia Vanessa dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Jurnal EMBA Vol.2 No.3. ISSN 2303-1174

Darius. 2016. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Manajemen Kualitas Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Industri Pangan Di Kota Bengkulu*. Agritepa. Vol.II. No.2. ISSN 2407-1315

Dwi Wahyu Pril Ranto. 2016. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Yogyakarta*. JBMA. Vol.III. No.2. ISSN 2252-5483

Hapsawati Taan. 2017. *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo di Kota Gorontalo*. Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan. Vol. 6 No.2. ISSN : 2252-3037

Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Kotler, P. 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

Michael E. Porter. 2008. *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing)*. Tanggerang : Karisma *Publishing Group*

Singgih Santoso. 2002. *SPSS Versi 11.5*. Jakarta: Gramedia

Umi Narimawati, Linna Ismawati & Sri Dewi, Anggadini. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis.

Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis.* Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada