

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

(Studi Kasus Usaha Kreatif Kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari)

Page | 835

Cator Putra Wijaya¹, Louis S Bopeng², Nurlaela³
Universitas Papua^{1,2,3}

Corresopodence email: louis.bopenq@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel inovasi produk dan variabel orientasi pasar secara simultasn dan parsial terhadap variabel keunggulan bersaing usaha kreatif kerajinan Noken Papua di Distrik manokwari barat Kabupaten Manokwari. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantititif. Sampel yang digunakan sebanyak 42 usaha kretif kerajinan Noken Papua. Hasil penelitian varibel inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keunggulan bersaing, dan hasil variabel orientasi pasar berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keunggulan bersaing. Hasil pengujian secara simultan variabel inovasi produk dan variabel orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing usaha kretif kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat, Kabupaten Manokwari. Sehingga untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing usaha kreatif kerajinan Noken Papua harus meningkatkan inovasi produk dan orientasi pasarnya.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product innovation variables and market orientation variables simultaneously and partially on the competitive advantage variables of the Papuan Noken handicraft creative business in West Manokwari District, Manokwari Regency. This research is a quantitative research. The sample used was 42 Papuan Noken handicraft businesses. The results of the research on product innovation variables have a partially significant effect on the competitive advantage variable, and the results of the market orientation variable have a partially significant effect on the competitive advantage variable. The results of simultaneous testing of product innovation variables and market orientation variables have a significant effect on the competitive advantage of the Papuan Noken handicraft business in West Manokwari District, Manokwari Regency. So that in order to gain a competitive advantage, the Papuan Noken handicraft business must increase product innovation and market orientation.

Keywords: Product Innovation, Market Orientation, Competitive Advantage.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis pada era industri saat ini sudah semakin ketat, salah satu faktor penyebabnya yaitu perkembangan teknologi yang pesat. Ketatnya persaingan dalam bisnis mengakibatkan perusahaan harus lebih inovatif, memahami kondisi atau keadaan pasar serta mengetahui apa yang menjadi keinginan dari konsumen saat ini.

Page | 836

Usaha kerajinan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang, serta dapat meningkatkan perekonomian negara menjadi lebih baik. Salah satu kota yang memiliki kontribusi dalam meningkatkan perekonomian negara dengan usaha kerajinan yang dimiliki adalah Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat. Khususnya di sektor karya seni (*art*). Dalam hal ini produk kerajinan Noken Papua yang menjadi sorotan terhadap hasil kerajinan karya masyarakat asli Suku Papua, yang mampu mendongkrak perekonomian daerah bahkan perekonomian suatu negara.

Salah satu daerah di Kabupaten Manokwari yang menjadi tempat berkumpulnya pengrajin serta penjual produk kerajinan Noken Papua yaitu Distrik Manokwari Barat. Hal ini disebabkan kondisi letak Distrik Manokwari Barat yang menjadi pusat kota selain itu dua pasar utama kota Manokwari juga terletak di Distrik Manokwari Barat.

Dibuktikan dengan banyaknya usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat. Berdasarkan hasil survei dan wawancara terdapat kurang lebih 42 usaha kerajinan Noken Papua. Berikut tabel data usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat Kabupaten Manokwari. Banyaknya usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat menuntut pengusaha kerajinan tangan Noken Papua untuk mempunyai daya saing kuat agar mampu bertahan dalam persaingan baik dengan usaha sejenis ataupun usaha lain. Masing-masing pengusaha mempunyai strategi bersaing yang bermacam-macam dengan tujuan yang sama yaitu memperoleh keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti terhadap populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk mengambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku dan hubungan variabel (Sugiyono, 2017).

Page | 837

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini yaitu 42 usaha kerajinan Noken Papua yang terdapat di Distrik Manokwari Barat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 42 responden.

Teknik Analisis Data

1. Uji Vailiditas. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Grozali, 2016).
2. Uji Reabilitas. Uji reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan akurasi hasil pengukuran (Sujarweni, 2014). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan itu konsisten dari waktu ke waktu (Grozali 2005).
3. Uji Normalitas. Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas, dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal (Danang Sunyoto, 2015).
4. Uji Multikolonieritas. Uji multikolonieritas dilakukan dalam upaya menguji model regresi apakah terdapat korelasi antara variabel independen. Untuk

mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas, dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) masing-masing variabel independen (Ghozali, 2005).

5. Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik *P-plot* antara nilai perkiraan variabel (dependen) adalah ZPRED serta residunya SRESID. Untuk mendikteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu terhadap grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang mana sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi, dan X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized (Ghozali, 2005).
6. Analisis regresi linier berganda. Regresi liner berganda dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen inovasi produk (X1) dan orientasi pasar (X2) terhadap variabel dependen keunggulan bersaing (Y) (Ghozali, 2009).
7. Uji t (parsial). Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).
8. Uji f (simultan). Uji f digunakan untuk mengetahui semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terkait (Ghozali, 2005).
9. Pengujian koefisien determinasi (R^2). Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan dalam upaya mengukur kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2005).

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.

Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	76,229	10,356		7,361	,000
Inovasi Produk	-,785	,234	-,469	-3,346	,002
Orientasi Pasar	-,502	,234	-,301	-2,147	,038

Sumber : Data primer pengolahan SPSS V25

Page | 839

Berdasarkan tabel 1 pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 pada derajat kebebasan df (n-k) = 42-3 = 39 maka nilai t_{tabel} 1,685. Dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Variabel inovasi produk (X1) mempunyai nilai t_{hitung} -3,346 > t_{tabel} 1,685 dengan nilai sig = 0,002 dimana nilai tersebut < (α) = 0,05 maka (H_{01}) ditolak dan (H_{a1}) diterima, artinya variabel inovasi produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat (Y).
- 2) Variabel orientasi pasar (X2) mempunyai nilai t_{hitung} -2,147 > t_{tabel} 1,685 dengan nilai sig = 0,038 dimana nilai tersebut < (α) = 0,05 maka (H_{01}) ditolak dan (H_{a1}) diterima, artinya variabel orientasi pasar (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat (Y).

Tabel 2.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	110,267	2	55,134	6,825	,003 ^b
Residual	315,066	39	8,079		
Total	425,333	41			

Sumber : Data primer pengolahan SPSS V25

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai f hitung sebesar 6,825 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Berdasarkan tabel f dengan taraf signifikansi (α) 0,05 pada derajat kebebasan df_1 (k-1) = 3-1 = 2 dan df_2 (n-k) = 42-3 = 39, maka nilai f_{tabel} yang diperoleh adalah 3,24.

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} 6,825 > f_{tabel} 3,24 dengan nilai sig f 0,003 < (α) 0,05. Maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel inovasi produk (X1), orientasi pasar (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat (Y).

Page | 840

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.

Hasil Uji Koefisien Determinasi R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,509 ^a	0,259	0,221	2,842

Sumber : Data primer pengolahan SPSS V25

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,259 hal ini berarti 25% variabel keunggulan bersaing (Y) dapat dijelaskan variabel independen inovasi produk (X1), orientasi pasar (X2) sedangkan sisanya sebesar 75% (100% - 25%) dijelasakan oleh variabel-variabel lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 ($0,002 < 0,05$), inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat.

Page | 841

Diketahui hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian secara parsial inovasi produk (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat. Dilihat dari tingginya nilai keunikan produk serta keberagaman dari produk kerajinan Noken Papua menjadi bukti kuat bahwa inovasi produk memiliki peran penting dalam terciptanya keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat.

Menciptakan produk baru atau memodifikasi produk Noken Papua baik dari segi motif, warna, ukuran dan bahan dapat memberikan nilai lebih dimata konsumen. Menurut (Fontana, 2011) inovasi produk sebagai proses pengenalan produk atau sistem baru yang membawa kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas atau lingkungan yang lebih luas. Pengusaha yang mampu menciptakan sebuah inovasi terhadap produknya, memiliki tingkat keunggulan bersaing lebih baik dibanding pengusaha yang tidak melakukan inovasi terhadap produknya.

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi 0,038 maka disimpulkan nilai probabilitas orientasi pasar lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 0,05 ($0,038 < 0,05$), orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat.

Diketahui hasil penelitian ini menunjukkan pengujian secara parsial orientasi pasar (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat. Menurut (Nerver dan Slater, 1990) *market orientation* sebagai budaya organisasi yang sangat efektif untuk membuat perilaku penting dalam upaya menciptakan nilai unggul bagi konsumen dan kinerja bisnis. Produk yang sesuai kebutuhan serta keinginan konsumen dapat menciptakan keunggulan bersaing terhadap usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat. Pengusaha yang dapat menerapkan orientasi pasar dengan baik dapat mengetahui lebih

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

banyak tentang konsumen dan menciptakan nilai unggul bagi konsumen serta kinerja dalam saatu usaha.

Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing.

Hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar secara (simultan) terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji F) diperoleh nilai f hitung sebesar (6,825) > nilai f tabel (3,23) dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,003 < 0,05$), inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat.

Page | 842

Diketahui uji koefisien determinasi (*R Square*) dalam penelitian ini memiliki nilai sebesar (0,259) hal ini menunjukan bahwa variabel inovasi produk (X1) dan orientasi pasar (X2) dapat menjelaskan variabel keunggulan bersaing (Y) sebesar 25% sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa inovasi produk (X1) dan orientasi pasar (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat.

Pengenalan produk-produk baru mempunyai peranan penting terhadap peningkatan kemampuan untuk mendatangkan keuntungan (*profitabilitas*) perusahaan. (Tjiptono, 2008). Meciptakan produk baru atau memodifikasi produk Noken Papua baik dari segi motif, warna, ukuran dan bahan. Serta menciptakan produk-produk Noken Papua yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Orientasi pasar sebagai tempat penetapan sasaran konsumen strategis dan membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen, memberikan dasar persaingan yang berfokus ke dalam, memberi layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga berhasil memenangkan suatu persaingan (David, 2013).

Apabila pengusaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat mampu unggul dalam suatu persaingan dengan pengusaha kerajinan sejenis atau bahkan pengusaha kerajinan lain maka pendapatan dari para pengusaha Noken Papua dapat meningkat.

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk suatu tujuan dalam upaya mengetahui pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing Noken Papua di Distrik Manokwari Barat. Dilihat dari hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah :

Page | 843

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing. Semakin tinggi tingkat inovasi produk yang dilakukan dapat meningkatkan keunggulan bersaing pengusaha kerajinan Noken Papua. Inovasi produk dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam suatu persaingan yang bertujuan memperoleh keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing. Semakin tinggi tingkat orientasi pasar yang dilakukan pengusaha kerajinan Noken Papua dapat menciptakan keunggulan bersaing dalam suatu usaha. Orientasi pasar merupakan budaya bisnis sekaligus strategi efektif untuk menciptakan nilai unggul bagi konsumen dan kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa variabel inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing. Semakin tinggi tingkat inovasi produk dan orientasi pasar yang dilakukan pengusaha kerajinan Noken Papua dapat meningkatkan keunggulan bersaing dalam suatu usaha. Menambah atau mengubah (memodifikasi) bentuk serta model produk yang di sertai dengan strategi budaya bisnis yang selalu memperhatikan kondisi dan keadaan pasar yang mengutamakan pemberian layanan terhadap konsumen dapat tetap unggulan dalam bersaing.

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan maka saran yang dapat di berikan adalah sebagai berikut:

Diharapkan untuk tetap mempertahankan atau bahkan lebih meningkatkan inovasi terhadap setiap produk yang dihasilkan. Berikut adalah beberapa hal yang dapat dilakukan pengusaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat melalui strategi inovasi produk. Menciptakan motif baru Noken Papua yang belum pernah diproduksi sebelumnya. Salah satu motif yang dapat dibuat adalah motif Realis dimana produk Noken Papua dapat diberikan motif gambar berdasarkan bentuk-bentuk faktual yang terdapat di alam sekitar seperti bentuk hewan dan tumbuh-tumbuhan khas papua. Menambah atau menciptakan variasi baru terhadap bentuk dan ukuran produk Noken Papua. Seperti membuat produk Noken Papua dengan ukuran tas yang dapat digunakan untuk pelajar, mahasiswa dan profesi lain sebagainya.

Diharapkan untuk meningkatkan strategi orientasi pasar dengan selalu melihat kondisi pasar, pesaing (usaha kerajinan sejenis) serta dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggannya. Beberapa hal yang dapat dilakukan pengusaha kerajinan Noken Papua di Distrik Manokwari Barat dalam upaya memperoleh keunggulan bersaing, melalui strategi orientasi pasar. Selalu melihat dan mengetahui kondisi pasarnya, dalam hal ini pengusaha kerajinan Noken Papua harus mengetahui jenis Noken seperti apa yang paling banyak diinginkan oleh konsumennya, serta terus menciptakan produk-produk yang selalu berkembang mengikuti tren sesuai kebutuhan dan keinginan konsumennya. Berdasarkan kondisi yang terjadi saat ini di zaman modern salah satu contoh yang dapat dilakukan yaitu dengan membuat produk Noken Papua yang bertemakan tentang karakter-karakter animasi serta kata-kata inspirasi dan lain sebagainya. Dihapkan pengusaha kerajinan Noken Papua selalu mengantisipasi perubahan-perubahan yang dilakukan oleh kerajinan sejenis (pesaing) salah satunya dengan tetap menjaga kualitas produk dan ketetapan harga. Seperti memasarkan produk Noken Papua dengan harga lebih murah dibanding pesaingnya.

Peneliti selanjutnya yang tertarik melalukan penelitian mengenai pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dapat memperluas penelitian ini memakai variabel berbeda dengan objek penelitian yang lebih luas mengenai keunggulan bersaing usaha kreatif kerajinan Noken papua.

CAKRAWALA

Management Business Journal [CM-BJ] Volume 4 Nomor 1 Mei Tahun 2021

DAFTAR PUSTAKA

- David, A. A. 2013. *Manajemen Pemasaran strategis (Strategic Market Management)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Danang, S. 2015. *Keunggulan Bersaing (Competitive advantage)*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Fontana, Avanti. 2011. *Innovate We Can !*. Bekasi: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Narver, J.C., & Slater, S.F., 1990. *The effect of market orientation on business profitability*. Journal of Marketing.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian Lengkap, praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Page | 845