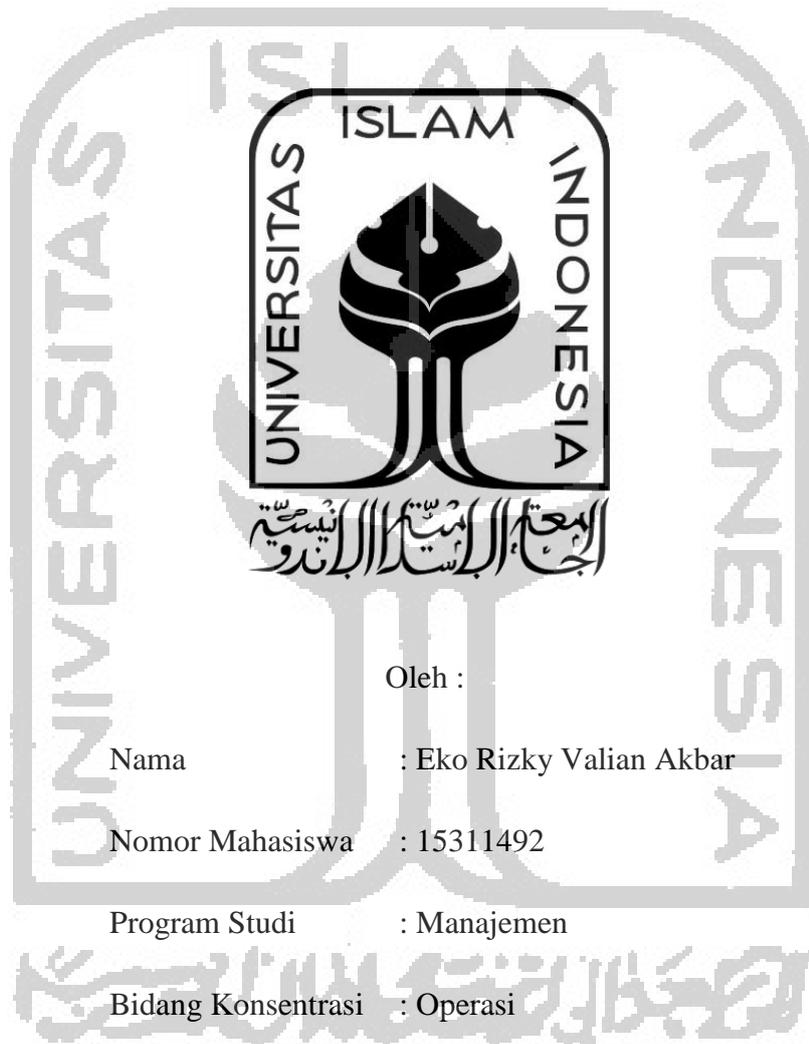


**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(Studi Kasus pada Mc Donald's Yogyakarta)**

JURNAL



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN JURNAL

**“ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING”**

(Studi Kasus pada Me Donald's Yogyakarta)

Nama : Eko Rizky Valian Akbar

Nomor Mahasiswa : 15311492

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta,.....

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Zulian Yamit, M.Si

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta,.....

Penulis

Eko Rizky Valian Akbar

Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Mc Donald's Yogyakarta)

Eko Rizky Valian Akbar

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk Menganalisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Mc Donald's Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan instrument penelitian ini menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan adalah 96 responden yang merupakan Konsumen Mc Donald's di Yogyakarta. Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS v21. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing (Y). Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 21 metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, serta inovasi produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup dan perilaku konsumsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari makin mempengaruhi minat masyarakat untuk mengkonsumsi makanan cepat saji. Tingkat kesibukan dan kegiatan yang dilakukan sehari-hari mengakibatkan pergeseran gaya hidup masyarakat semakin moderen dengan memilih sesuatu yang serba instan. Makanan cepat saji dipilih karena beberapa hal antara lain waktu pemesanan yang singkat, pelayanan yang baik, rasa, dan mutu yang ditawarkan oleh perusahaan menarik minat konsumen untuk membeli. Perubahan gaya hidup ini semakin dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk makanan cepat saji sebagai peluang mereka untuk membuka dan mendirikan gerai baru sampai ke daerah-daerah di seluruh Indonesia yang sebelumnya hanya terbatas di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung dan kota besar lainnya.

Mc Donald's sudah menjadi pilihan makanan cepat saji yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia sebagaimana tabel di bawah ini memperlihatkan bahwa banyak perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam industri fast food di Indonesia yang didirikan dengan sistem waralaba (franchise)..

Perusahaan sendiri dituntut untuk selalu berinovasi pada jaman yang semakin modern saat ini. Persaingan merupakan suatu hal yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan. Keunggulan bersaing adalah suatu bagian dari keberhasilan atau kegagalan dalam suatu perusahaan (Indrajid dan Djokopranoto 2002). Salah satu kunci kesuksesan suatu perusahaan adalah dengan kemampuannya untuk memiliki dan mempertahankan satu atau beberapa keunggulan bersaing yang dapat dicapai melalui berbagai jalan/ Salah satu caranya adalah melalui inovasi produk.

Kondisi persaingan saat ini dapat dikatakan bahwa pada jaman sekarang perubahan sangat cepat terjadi, dimulai dari kemajuan teknologi, sistem perdagangan globalisasi, dan stabilitas ekonomi politik dunia. Dan dengan meningkatnya jumlah kompetitor asing dan dalam negeri, organisasi diharapkan dapat meningkatkan kinerja eksternal dan internalnya agar tetap dapat bersaing di pasaran. Maka dari itu organisasi diharuskan dapat beradaptasi dengan keadaan saat ini yang semakin modern dan menuntut sebuah organisasi tersebut harus bergerak mengikuti perubahan yang ada. Dalam menghadapi kondisi tersebut maka organisasi memerlukan strategi keunggulan bersaing agar tetap dapat memiliki posisi dalam pasar. Dengan adanya strategi keunggulan bersaing didalam perusahaan, diharapkan organisasi dapat mempertahankan posisi bersaingnya terhadap kompetitor (Porter, 1993)

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan (Bharadwaj et al., dalam Dewi, 2005). Keunggulan bersaing merupakan konsep yang dapat dilihat dari ketepatan perusahaan dalam menyediakan produk di pasar dan respon terhadap keluhan konsumen seperti kualitas produk, kebutuhan konsumen, penguasaan pasar baru serta adanya inovasi produk secara terus menerus (Aditya, 2004).

Selain inovasi produk, faktor lain yang diduga dapat berpengaruh pada keunggulan bersaing yaitu kualitas produk. Kualitas akan menentukan eksistensi produk dan pembeda yang paling efektif dengan produk lain sejenis, semakin baik kualitas produk, kepuasan dan loyalitas konsumen atau pelanggan pun dapat dipertahankan. Menurut Goetsch Davis dalam Zulian Yamit (2002: 8) "Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan

dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Garvin dalam Zulian Yamit (2002:10) mengemukakan dimensi kualitas kedalam delapan dimensi, yaitu performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality.

Keunggulan bersaing adalah suatu faktor yang menentukan umur perusahaan. Sehubungan dengan meningkatnya industri kreatif beberapa tahun belakangan ini, maka tentu saja kualitas produk harus diperhatikan dalam memperebutkan konsumen

1.Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan?
3. Apakah ada pengaruh Inovasi produk dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing McDonald's?

2.Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing McDonald's Yogyakarta
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing McDonald's Yogyakarta
3. Untuk mengidentifikasi apakah inovasi produk dan kualitas produk secara bersama sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Yogyakarta

3.Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak seperti:

1. Bagi Industri Restoran McDonald's

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi pelaku industri Restoran fast food terutama McDonald's untuk terus meningkatkan kualitas produk dan inovasi Produk sehingga dapat terus meningkatkan keunggulan bersaing

diantara kompetitor yang semakin banyak dan luas di era yang semakin berkembang.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi penambah referensi serta ilmu mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian menjadi sumber ilmu, penelitian dan juga pengalaman bagi penulis untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat mendapatkan gelar S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

LITERATUR REVIEW

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Keunggulan bersaing

Mebutuhkan Inovasi produk agar dapat menjadi maksimal. Keunggulan bersaing merupakan suatu bentuk dari keunggulan sebuah usaha dalam menjalankan kegiatan usaha jika dibandingkan dengan pesaing. Sebuah usaha yang memiliki keunggulan di banding pesaing cenderung di pilih oleh konsumen dikarenakan selain produknya yang memenuhi harapan, konsumen juga dapat unggul di banding perusahaan pesaing. (Porter, 1994; Heene & Sanches, 1997) dalam Nursya'bani Purnama & 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. Hipotesis 1 : Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Penelitian yang dilakukan oleh Singh (2013:8) menyatakan Product quality an organization can attain competitive advantage in marketing. Kualitas produk suatu organisasi dapat mencapai keunggulan kompetitif pada pemasaran. Yuliana (2014) menyatakan bahwa kualitas produk yang semakin baik akan mempengaruhi pada keunggulan bersaing perusahaan.

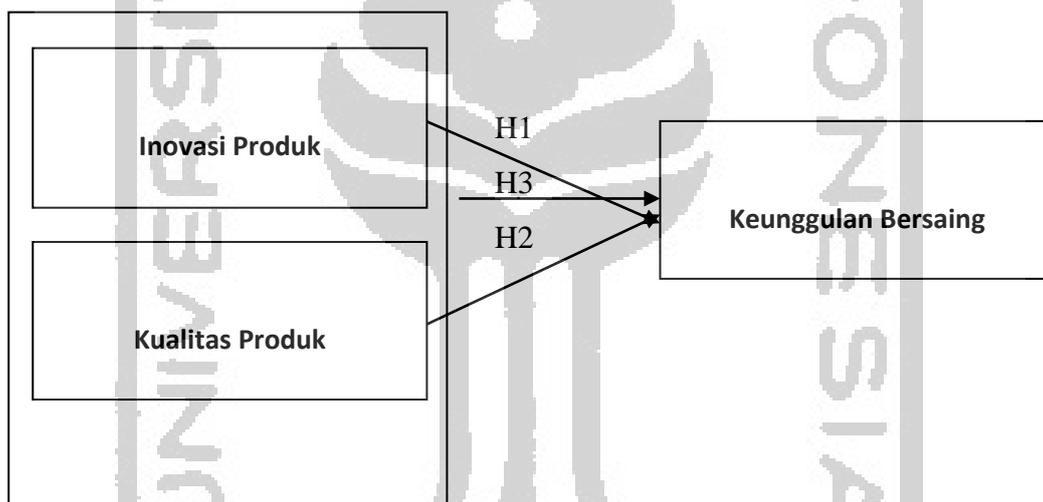
Hipotesis 2 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

3. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi Produk dan Kualitas Produk dapat berpengaruh bersamaan terhadap keunggulan bersaing dari suatu perusahaan dikarenakan kedua variabel tersebut di pada dunia bisnis sangatlah penting, karena variabel tersebut dapat menentukan suatu perusahaan dapat unggul atau tidak dibandingkan dengan kompetitornya. Keunggulan bersaing yang diharapkan adalah keunggulan bersaing yang berkelanjutan, sehingga bisa mengantisipasi dan mengatasi ancaman-ancaman dari kompetitornya serta kondisi pasar yang kurang baik.

Hipotesis 3 : Inovasi Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

Gambar 1. kerangka pemikiran



METODE PENELITIAN

Variabel yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah variabel kualitas dan Inovasi produk sebagai variabel bebas, dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

1. Inovasi Produk (X1)

Menurut (Drucker, 2014) Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam seluruh operasi perusahaan yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan

Indikator indikator yang di gunakan untuk Pengukuran Inovasi Produk adalah :

1. Perubahan desain
2. Inovasi teknis
3. Pengembangan produk

2. Kualitas Produk (X2)

Goetsch Davis dalam (Yamit, 2011:8) menjelaskan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Indikator-indikator yang digunakan untuk pengukuran kualitas produk adalah:

1. Ketepatan
2. Keandalan
3. Kemudahan dalam pengoperasian
4. Daya Tahan
5. Perbaikan

2. Keunggulan Bersaing (Y)

Menurut (Porter, 1993). suatu kemampuan dapat yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama

indikator pengukuran keunggulan bersaing adalah :

1. Harga
2. Quality
3. Delivery Dependability

4. Product Innovation

5. Time to Market

Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang membeli produk di Mc Donald's,. Jumlah konsumen dari produk Mc Donald's jumlahnya tidak menentu, sehingga tidak bisa dihitung jumlah konsumennya, maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan cara sampling. Ada dua pendekatan, yaitu probability sampling dan juga non-probability sampling. Menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling karena penulis tidak mengetahui jumlah populasi secara pasti dimana jumlah konsumen yang tidak terhitung jumlahnya. Penelitian menggunakan nonprobability sampling dengan metode pengambilan sampel yang dilakukan adalah convenience sampling, yaitu metode pengambilan sampel secara kebetulan terhadap orang-orang yang bersedia mengisi kuesioner dan dianggap cocok untuk mengisi sumber data. Maka dari itu, responden dalam pengambilan data ini adalah para konsumen yang membeli produk dari Mc Donald's.

Menurut Rao Purba (1996), karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka untuk menentukannya akan digunakan rumus sebagai berikut :

$$n = z^2 / 4 (\text{moe})^2$$

Dimana : n = jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel

moe = margin of error

Tingkat kesalahan ditetapkan sebesar 10% dan nilai Z sebesar 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%, maka jumlah sampel adalah :

49

$$n = z^2 / 4 (\text{moe})^2$$

$$= (1,96)^2 / 4 (0,01)^2$$

$$= 96,04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96 orang. Sampel tersebut ditentukan menjadi 100 orang untukantisipasi terhadap kuesioner yang tidak dapat digunakan didalam penelitian atau pengolahan data.

Pengujian hipotesis secara parsial menggunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri (parsial). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Penggunaan koefisien determinasi bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, peneliti berpacu pada nilai Adjusted (R^2). Nilai Adjusted (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Uji-F

Uji statistik F menunjukkan semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap semua variabel terikat (Ghozali, 2016). Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada ANOVA yang membandingkan Mean of Squares dari regresi dan Mean of Squares dari residual, sehingga mendapatkan hasil yang dinamakan F hitung. Pengujian koefisien regresi simultan atau uji F digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau tidak dengan mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila F hitung $>$ F tabel dan tingkat signifikansi (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila F hitung $<$ F tabel dan tingkat signifikansi (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Uji-T

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan dependen secara parsial. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen digunakan uji t. Pengujian koefisien regresi parsial atau uji t digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau tidak dengan mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Dalam hal ini apakah variabel persepsi desain produk dan kualitas produk benar-benar berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada Quick Look dan membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat . Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteia pengujian sebagai berikut.

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk dan Kualitas produk terhadap keunggulan bersaing seperti ditunjukkan pada Tabel berikut ini ;

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	beta	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	4.222		2.273	0.025	
Inovasi Produk	0.438	0.426	6.452	0.000	signifikan
Kualitas Produk	0.620	0.548	8.310	0.000	Signifikan
F hitung	84.566				

Sig F	0.000				
R square	0.638				

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 4.222 + 0.438X_1 + 0.620X_2$$

1. Interpretasi Persamaan Regresi

1. Konstanta = 4.222

Artinya jika tidak ada variabel inovasi produk dan kualitas produk yang mempengaruhi keunggulan bersaing, maka keunggulan bersaing sebesar 4.222 satuan.

2. $X_1 = 0.438$

Artinya jika Variabel inovasi produk meningkat sebesar satu satuan maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0.438 dengan anggapan variable bebas lain tetap.

3. $X_2 = 0.620$

Artinya jika Variabel kualitas produk meningkat sebesar satu satuan maka keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0.620 dengan anggapan variable bebas lain tetap

2. Uji F

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan hiopotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *inovasi dan kualitas proudk*, secara simultan terhadap keunggulan bersaing

3. Uji T

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.000($0.000 < 0,05$). Nilai tersebut dapat membuktikan

hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh positif inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing”.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0.000(0.000 < 0,05)$. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh positif kualitas produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing”.

2. Pembahasan

1. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0.000(0.000 < 0,05)$. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh positif inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing”.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0.000(0.000 < 0,05)$. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh positif kualitas produk secara parsial terhadap keunggulan bersaing”.

3. Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar $0.000(0.000 < 0,05)$. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Inovasi produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

- 2) kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
- 3) Inovasi produk dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

Saran

Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Industri Restoran McDonald's

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi pelaku industri Restoran fast food terutama McDonald's untuk terus meningkatkan kualitas produk dan inovasi Produk sehingga dapat terus meningkatkan keunggulan bersaing diantara kompetitor yang semakin banyak dan luas di era yang semakin berkembang.

2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi penambah referensi serta ilmu mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian menjadi sumber ilmu, penelitian dan juga pengalaman bagi penulis untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat mendapatkan gelar S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Helmi, 2004, *Analisis Pengaruh Merk, Orientasi Strategik, Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM Tanggulangin di Kota Sidoarjo)*, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol III, No 3 Program Magister Manajemen .Universitas Diponegoro
- Christian, John. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Clothing Our Bandung Style*
- Drucker, P.F. 2014. *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*
- Fontana, Avanti. (2011). *Innovate We Can!*. Penerbit, Cipta Inovasi Sejahtera Jakarta.
- Gusviany Ayu Murti. 2018 . “*Analisis Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen*” : Studi Kasus di Rasa Lokal Denpasar, Bali
- Indrajit, Richardus dan Richardus Djokopranoto, 2002. *Konsep manajemen supply chain manajemen*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Juran, J.M.(1993). *Quality Planning and Analysis, 3rd Edition*.Mc-Graw Hill Book Inc. New York
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas*. Jilid Kesatu. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Armstrong, Setyo. 2012, “*Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sabun Lux*”, *Jurnal Riset Sains Indonesia*.Vol. 3, No. 1.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111-118.
- Li, Suhong, Bhanu Ragu-Nathan, T.S Ragu-Nathan, Subba Rao, S. (2006). “*The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance*”. *Omega* 34, The International Journal of Management Science 107-124
- Mohamed Omar Jaya. 2013. *The Influence of Service Quality, Product Quality, and Promotion, toward Customer Satisfaction (Case Study Blue Bird Regular Taxi)*
- Porter, Michael.E.1993. *Keunggulan Bersaing*. Alih bahasa, Agus Dharma, Agus Maulana, Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama
- Rouf, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Kualitas Produk Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Pengrajin Aksesoris Monel Kalinyamatan Jepara (Doctoral dissertation, Stain Kudus).

Stephen P. Robbins. 1994. *Teori Organisasi Struktur Design dan Aplikasi*. Jakarta. Arcan.

Saputro, W., Haryono, A. T., &Hasiholan, L. B. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Berbasis Kapabilitas Penginderaan Pasar, Inovasi Produk dan Orientasi Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Distro Distictsides Semarang. *Journal of Management*, 5(5).

Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

Yamit, Zulian. 2011. *Manajemen Produksi & Operasi (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Ekonisia

