
**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM
DI KOTA MEDAN**

Bunga Aditi, S.E., M.Si. dan H.M. Hermansyur, S.E., M.Si.
Dosen Program Studi Manajemen STIE Harapan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh inovasi , kreativitas terhadap kepuasan konsumen di kota Medan, secara partial dan simultan terhadap kepuasan konsumen. yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pembeli/konsumen di kota Medan dengan total sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *simple random sampling*, Kuesioner data yang digunakan adalah Regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi dan kreativitas UMKM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian, sebaiknya UMKM di kota Medan harus lebih berinovasi , dan berkreativitas dalam menghadapi persaingan UMKM.

Kata Kunci: Inovasi, Kreativitas, Kepuasan Konsumen

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

UMKM diatur berdasarkan Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran yang cukup kuat dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan dianggap sebagai motor penggerak perekonomian suatu daerah. Hal ini ditunjukkan ketika adanya krisis perekonomian tahun 1998 dan usaha kecil merupakan kelompok yang paling bertahan disaat tidak sedikit usaha-usaha besar mengalami gulung tikar.

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Menengah Kecil Mikro (**UMKM**) Kota Medan, Arjuna Sembiring di Medan mengatakan, dewasa ini perkembangan UMKM di ibukota provinsi Sumatera Utara itu terus menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Tahun 2009 ada sekitar 22 ribu pelaku UMKM di Kota Medan dan jumlah itu terus meningkat hingga 2015 jumlahnya sekitar mencapai 300 ribu. Tingginya pertumbuhan UMKM tersebut tentunya sangat menggembirakan karena juga sekaligus dapat menekan angka pengangguran.(economy.okezone.com).

Dengan semakin banyaknya jumlah UMKM tersebut, maka semakin meningkat pula persaingan diantara para pengusaha UMKM, mereka secara bersama-sama berkompetisi dalam menghasilkan, memperoleh keunggulan bersaing dan memberikan nilai bagi pelanggannya, sedapat mungkin sesuai dengan nilai yang diharapkan oleh Konsumen

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa : “ Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru. ”

Selain kreativitas, inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan dalam mempertahankan kemampuan bersaingnya. Seseorang pemilik usaha dituntut untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan, hal ini tidak terlepas dari keinginan konsumen yang selalu berubah – ubah.

Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya

Menurut Keeh, *et.al* (2007) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha *entrepreneurial* untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang me-nimbulkan inovasi.
3. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan mencipta-kan posisi korporat yang lebih baik.

Menurut Kotler (2005:310) kepuasan konsumen berhubungan erat dengan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan ataupun usaha, dimana tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi juga. Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengalami tahap purna beli, dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau tidak kepuasan tertentu yang akan berpengaruh pada perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas maka akan memperlihatkan perilaku berikutnya yaitu dengan melakukan pembelian ulang.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dengan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Oleh karena itu, sebuah usaha haruslah memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produknya. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kreatifitas dan keinovasian dalam produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas penulis tertarik untuk meneliti dengan judul:” Pengaruh Inovasi dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada UMKM di Kota Medan”

B. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada UMKM di kota Medan”

C. Tinjauan Pustaka

Kepuasan Konsumen Menurut Kotler (2005), “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Inovasi

Menurut Buchari (2004:18) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut. Agar perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif, maka setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas terhadap produk yang mereka pasarkan secara berkala. Kreativitas produk dapat dilakukan dengan mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya dan atau yang bersumber dari pihak lain yang mana kreativitas produk tersebut dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing

Kreativitas

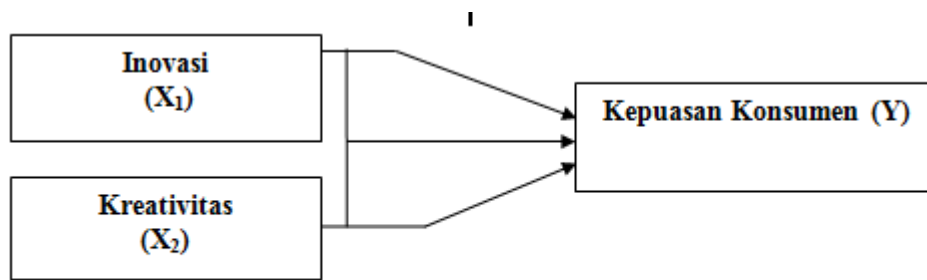
Hubeis (2005;11) menyatakan bahwa kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan ide-ide baru dalam menghasilkan inovasi yang bermanfaat.

D. Kerangka Konseptual

Kreativitas (daya cipta atau daya menciptakan sesuatu) adalah satu dari tiga fungsi utama akal manusia, dua fungsi yang lainnya adalah daya analisis dan daya penilaian (Jansen, dalam Liany, 2003:17). Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki, dan selanjutnya menggabungkan ide-ide baru yang dimiliki tersebut untuk membentuk inovasi yang bermanfaat, begitu seterusnya proses tersebut berlanjut.

Inovasi dan kreativitas merupakan hal yang sangat penting dalam suatu bisnis dan juga berpengaruh terhadap minat beli para konsumen, dengan inovasi yang baik dan mengikuti perkembangan jaman, konsumen akan merasa sangat puas dengan berbelanja di tempat tersebut sehingga penjualan juga akan meningkat. Namun apabila suatu usaha tidak melakukan inovasi, maka konsumen akan beralih ke pesaing. Kemudian apabila Inovasi yang dilakukan kurang menarik, maka konsumen akan merasa jenuh dengan produk tersebut dan mulai mencari penjual lain sehingga menurunkan penjualan serta omzet suatu perusahaan/bisnis.

Hubungan antara inovasi, kreativitas dan kepuasan konsumen dapat disusun didalam sebuah kerangka konseptual dalam penelitian adalah sebagai berikut



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan pada kerangka konseptual, maka tim penulis menetapkan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ha₁: Ada pengaruh inovasi terhadap kepuasan konsumen UMKM di kota Medan
2. Ha₂: Ada pengaruh antara kreativitas terhadap kepuasan konsumen UMKM di kota Medan
3. Ha₃: Ada pengaruh antara inovasi dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen UMKM di kota Medan.

E. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini berupa deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi dan sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen UMKM di kota Medan. Hair et.al. (2007) tetap menyarankan untuk menggunakan sampel minimal 100 responden untuk memberikan hasil yang lebih baik. Sampel dalam penelitian ini sesuai dengan teori Hair et.al yaitu 100 orang. Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* yaitu sampling jenuh dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2010). Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dijadikan sampel

Teknik Pengumpulan Data

1. Pengamatan (*observasi*)
2. Wawancara
3. Kuisioner

Metode Analisis Data

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi berganda adalah analisis hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y) dengan asumsi Y merupakan fungsi dari X. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel bebas.

Secara sistematis, hubungan variabel tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan konsumen
 a = Konstanta
 b_1 = Koefisien regresi variabel X_1
 b_2 = Koefisien regresi variabel X_2
 X_1 = Inovasi
 X_2 = Kreativitas
 e = *error*

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Uji Determinasi (R^2)
 Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel bebas mampu menerangkan variabel terikat. Uji ini dapat dilihat dengan menggunakan rumus determinan
- b. Uji secara Simultan/Serempak (Uji-F)
 Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (serempak) terhadap variabel terikat. Pengaruh variabel independen terhadap dependen di uji dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau pada alpha $\alpha = 5\%$. Untuk menguji apakah hipotesis ditolak atau diterima digunakan statistik uji F :
 Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dan
 Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- c. Uji secara Parsial/Individual (Uji-t)
 Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel yaitu :
 - a) Jika t-hitung $>$ t-tabel, tolak H_0 terima H_a pada taraf signifikan 95%
 - b) Jika t-hitung $<$ t-tabel, terima H_0 tolak H_a pada taraf signifikan 95%

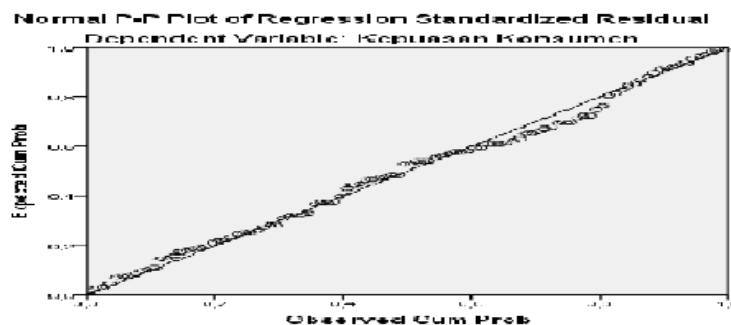
F. Analisis dan Pembahasan

Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk mengetahui model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak. Apabila uji ini terpenuhi maka alat uji dimaksud dapat dipergunakan untuk menguji model yang terdiri dari :

Uji Normalitas

Pada diagram pencar hasil olah data SPSS dengan dasar pengambilan keputusan yakni jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Gambar 2:



Sumber: Hasil Penelitian, 2015 (data diolah)

Gambar 2 Diagram Pencar Hasil SPSS

Pada Gambar 2 dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS dilihat pada Tabel 1 :

Tabel 1 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Inovasi	.404	2.478
Kreativitas	.404	2.478

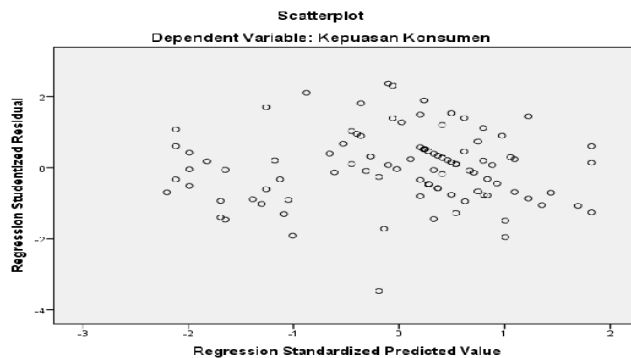
Sumber: Hasil Penelitian, 2015 (data diolah)

Pada Tabel 1 hasil variabel Inovasi dan Kreativitas nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1. Hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dalam sebuah regresi terjadi kesamaan varians residual, jika varians pengamatan tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, dan model yang baik stentunya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS hasil pengolahan data penelitian untuk *scatter plot* dengan *Regression Studentized Residual* dapat dilihat pada gambar 3:



Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (data diolah)

Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 3 terlihat titik yang menyebar yang tidak membentuk pola-pola tertentu dan tersebar baik diatas angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (y) dan berdasarkan gambar tersebut maka tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kepuasan Konsumen pada UMKM di kota Medan berdasarkan variabel independen.

Pengujian Hipotesis

Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil Persamaan Regresi Linear Berganda diperoleh hasil seperti Tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,016	1,057		2,853	,005
	Inovasi	,394	,083	,442	4,756	,000
	Kreativitas	,518	,114	,422	4,547	,000

Sumber: Hasil Penelitian 2017 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 2 maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 3,016 + 0,394X_1 + 0,518X_2$$

- Nilai konstanta regresi sebesar 3,016 artinya jika Inovasi (X_1) dan Kreativitas (X_2) = 0 maka kepuasan UMKM di kota Medan akan meningkat sebesar 3,016.
- Koefisien regresi X_1 untuk variabel Inovasi bernilai positif 0,394 artinya bahwa pengaruh variabel Inovasi searah dengan peningkatan kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan.
- Koefisien regresi X_2 untuk variabel kreativitas bernilai positif 0,518 artinya bahwa pengaruh variabel kreativitas searah dengan peningkatan kepuasan konsumen pada UMKM di kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kreativitas mempunyai pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM di kota Medan

Pada Tabel 2 Hasil uji parsial diperoleh hasil sebagai berikut:

- Nilai t hitung untuk variabel inovasi (4,0576) lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,66), atau nilai sig t untuk variabel inovasi (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_1 untuk variabel inovasi. Dengan demikian, secara parsial inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan. Hal ini memberi arti bahwa inovasi berpengaruh nyata dalam meningkatkan keputusan konsumen pada UMKM kota Medan.
- Nilai t hitung untuk variabel kreativitas (4,547) lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (1,66), atau nilai sig t untuk variabel kreativitas (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_1 untuk variabel kreativitas. Dengan demikian, secara parsial kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan. Hal ini memberi arti bahwa dengan adanya kreativitas memberikan dampak pada peningkatan kepuasan konsumen. Secara parsial variabel kreativitas yang dominan mempengaruhi kepuasan Konsumen pada UMKM kota Medan, Maksudnya adalah, variabel kreativitas lebih menentukan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan dibandingkan dengan Inovasi.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen (Kepuasan konsumen) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (inovasi dan kreativitas). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*, dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 3 Nilai Koefisien Determinasi (*R Square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,814 ^a	,662	,655	2,195

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 3 nilai *adjusted R Square* adalah 0,662, artinya bahwa kemampuan variabel Inovasi (X_1) dan Kreativitas (X_2) dapat menjelaskan variasi dari kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan adalah sebesar 65,5%, sisanya sebesar 34,5% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti seperti product, price.

Uji Simultan / Uji F

Uji simultan / uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat positif dan signifikansi dari variabel inovasi dan kreativitas terhadap variabel kepuasan konsumen pada UMKM di kota Medan dapat dilihat pada Tabel 4:

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan / Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	915,484	2	457,742	95,023	,000 ^b
	Residual	467,266	97	4,817		
	Total	1382,750	99			

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (data diolah)

Pada Tabel 4 diperoleh hasil F_{Hitung} 95.023 sedangkan F_{Tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat pembilang 2 dan derajat penyebut 97 diperoleh F_{tabel} 3,09 dari hasil ini diketahui $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, dan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ jadi posisi titik uji signifikansi berada pada wilayah penolakan H_0 atau dapat disimpulkan H_1 diterima yang artinya bahwa variabel inovasi dan kreativitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan.

Pembahasan**Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada UMKM di kota Medan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan secara bersama sama inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan pada UMKM kota Medan.

Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan..

Selain itu hasil penelitian diperoleh bahwa variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasa konsumen pada UMKM kota Medan..

G. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji statistika secara simultan inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan.
2. Berdasarkan hasil uji statistika secara parsial inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan
3. Berdasarkan hasil uji statistika secara parsial kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan konsumen pada UMKM kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Buchari, A., 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Ernani Hadiyati. 2011. *Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan , Vol. 13 No. 1. pp. 8-16.
- Hair, J. F., et al. 2007. *Multivariate Data Analysis. 6th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing and Entrepreneur-ship, Research Ideas and Opportunities", *Journal of Small and Medium Entrepreneur-ships*, page: 27-39.
- Hubeis, Musa. 2005. *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Jakarta: Hecca Mitra Utama
- Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. 2007. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs", *Journal of Business Venturing*, page: 592-611.
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajer Pemasaran, Manajemen Pemasaran*, jilid 1. Jakarta: Prenhallindo