

## Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pada Cester Studio Foto Wonosobo)

Ridwan Hanafi<sup>1</sup>, M. Trihudyatmanto<sup>2</sup>, Eni Candra Nurhayati<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo

Email: trihudyatmanto@unisq.ac.id \*

### Abstrak

**Tujuan** - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk (X1), strategi pemasaran (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap kinerja bisnis (Y) Cester Studio Wonosobo.

**Metodologi** - Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner *skala likert*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 konsumen Cester Studio dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis linier berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25.

**Hasil** - Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk (X1), strategi pemasaran (X2), dan kualitas produk (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis (Y). Dengan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,806 atau 80,6% yang berarti faktor kinerja bisnis (Y) mempengaruhi inovasi produk (X1), strategi pemasaran (X2), dan kualitas produk (X3), sedangkan sisanya sebesar 19,4% dipengaruhi variabel lain.

**Implikasi** - Untuk menyelesaikan masalah kinerja bisnis yang terjadi di Cester Studio Foto agar dapat terselesaikan dan mampu menangani berbagai masalah kinerja bisnis yang menyebabkan target yang telah ditetapkan tidak tercapai.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Kinerja Bisnis

### Pendahuluan

Perkembangan lingkungan bisnis terjadi secara dinamis mempengaruhi setiap perusahaan serta usaha kecil menengah perubahan teknologi yang cepat mempengaruhi perkembangan semua industri. Era perdagangan bebas dunia akan mereduksi bea masuk antar Negara. Dunia bisnis pemasaran mempunyai peran yang sangat penting. Sebuah perusahaan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. (Haryono & Marniyati, 2018). Meningkatkan kinerja perusahaan menjadi hal yang sangat penting bagi bisnis yang ingin tetap bertahan dan terus berkembang. Kinerja perusahaan mencakup beberapa hal seperti keuangan, operasional, kepuasan pelanggan, kesejahteraan karyawan, serta pertumbuhan bisnis (Azhari & Ali, 2024). Untuk bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama, perusahaan perlu terus meningkatkan perkembangan bisnisnya. Oleh karena itu, bagi para pengusaha, meningkatkan kinerja bisnis adalah hal yang sangat penting. (Bria *et al.*, 2024).

Kinerja bisnis adalah standar yang menunjukkan sejauh mana manajemen berhasil mencapai tujuan perusahaan (Indra Permana, 2018). Kinerja bisnis meliputi berbagai langkah yang dilakukan oleh manajemen untuk mengukur seberapa jauh tujuan dan kewajiban perusahaan telah terselesaikan (Kedepan Rohanus, 2022). Kinerja bisnis juga mencerminkan hasil dari usaha yang telah dilakukan seorang pengusaha dalam jangka waktu tertentu. Kinerja ini biasanya dinilai berdasarkan pertumbuhan bisnis, perkembangan bisnis, serta tingkat pendapatan yang dicapai (Soputan *et al.*, 2021). Kinerja bisnis menunjukkan sejauh mana hasil yang dicapai sesuai dengan target yang

ditetapkan perusahaan. Jika kinerja bisnis tidak baik, akan terjadi peningkatan biaya operasional dan penurunan pendapatan karena kurangnya efisiensi, yang akhirnya menyebabkan penurunan laba perusahaan. Realitanya kinerja bisnis di Cester Studio Foto masih kurang maksimal hal itu dibuktikan dari hasil data yang menunjukkan ketidakmaksialnya dari hasil kinerjanya.

Cester Studio Foto adalah sebuah studio fotografi yang berlokasi di Wonosobo, Jawa Tengah. Studio ini memiliki konsep self-service yang memungkinkan pelanggan melakukan sesi foto secara mandiri dengan memanfaatkan berbagai fasilitas yang tersedia. Jam operasional studio ini cukup fleksibel, yaitu setiap hari dari pukul 09. 00 sampai 21. 00, sehingga memberikan kenyamanan bagi pelanggan untuk mengabadikan momen spesial tanpa harus melakukan reservasi terlebih dahulu. Layanan yang ditawarkan mencakup foto pribadi, keluarga, wisuda, prewedding, serta menyediakan penyewaan kamera dan photobooth. Studio ini menyediakan beberapa pilihan paket harga, mulai dari IDR 75. 000 untuk sesi foto diri sendiri sederhana, hingga mencapai IDR 350. 000 untuk paket foto keluarga atau sesi ulang tahun anak. Cester Studio Foto terus berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan terus melakukan inovasi dalam fasilitas dan layanan, serta berupaya meningkatkan pengalaman pelanggan dan memperluas pasar mereka..

Data pendapatan selama bulan Januari 2022 sampai dengan Desember 2024 menunjukkan kinerja yang ada di Cester Studio. Target pendapatan setiap bulan yaitu 50 juta hal ini di buktkan dari wawancara yang peneliti lakukan dengan ower Cester Studio. Pada tahun 2022 pada bulan Januari – Agustus menunjukkan ketercapaian target baru 37,1% belum 100%, hal itu di perkuat pada September 2022 – Januari 2023 belum mencapai target rata-rata pada 59,5 dan masih belum maksimal pedapatannya. Dibuktikan pada tahun 2024 dari bulan Januari – Desember rata-rata hasil pendapatannya hanya 45,7% dari target yang di tentukan. Hal tersebut merupakan permasalahan dari kinerja bisnis yang ada di Cester Studio Foto Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui masalah kinerja bisnis yang mempengaruhi target pendapatan terutama berdampak pada inovasi, kualitas produk, dan strategi bisnis.

Inovasi produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis perusahaan yang terus berinovasi memiliki peluang yang besar untuk bertahan, berkembang, dan mencapai tujuan dari suatu perusahaan dan mendaptkan hasil yang maksimal. Inovasi produk adalah proses mengubah sesuatu, baik perubahan kecil maupun besar, dilakukan dengan cepat atau bertahap dalam hal pelayanan, produksi, dan pengolahan, sehingga hasilnya dapat memberikan nilai tambah bagi organisasi (Bria *et al.*, 2024). Inovasi mencakup segala hal yang berkaitan dengan produk, layanan, ide, atau penemuan yang dianggap baru bagi seseorang (Kedepan Rohanus, 2022). Perusahaan perlu merancang strategi inovasi agar terus menerus mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga mampu memenuhi kepuasan pelanggan (Pratama & Rakhman, 2022). Realitanya inovasi produk yang ada di Cester Studio sudah maksimal dan selalu memperbarui inovasi setiap tiga bulan sekali. Contohnya ada beberapa jenis foto yang disediaka seperti photobox, photoboth, foto wisuda, dan foto wedding. Hasil peneltian yang dilakukan oleh (Azhari & Ali, 2024) dan (Karinda *et al.*, 2018) menyatakan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Strategi pemasaran sangat penting untuk kinerja bisnis perusahaan karena strategi pesaran dapat mempengaruhi penjualan produk perusahaan. Strategi pemasaran adalah

rencana yang terpadu dan menyeluruh dengan menggabungkan manfaat strategi dengan isu lingkungan, serta memastikan bahwa tujuan utama perusahaan bisa tercapai (Henry Yuliamir & Enik Rahayu, 2021). Strategi pemasaran diartikan sebagai proses penentuan rencana yang dilakukan manajer dengan fokus pada tujuan jangka panjang organisasi, termasuk persiapan, jalur, atau upaya-upaya untuk mencapai tujuan perusahaan. (Fajar *et al.*, 2022). Strategi bisnis sangat penting bagi bisnis dalam menghadapi pelanggan, memperkuat kesadaran merek, serta mempromosikan (Sutanto *et al.*, 2024). Realitanya strategi pemasaran Cester Studio sudah baik dibuktikan dengan target dari pemasarannya yaitu dari yang muda hingga yang tua dan jangkauan pemasaran yang luas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Bria *et al.*, 2024) dan (Hasyim, 2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang penting bagi kinerja bisnis suatu perusahaan. Jika kualitas produk dari perusahaan bagus maka konsumen akan terus membeli produk tersebut dan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Kualitas produk juga bias membuat nama perusahaan menjadi terkenal karena konsumen akan merekomendasikan produk kita ke teman atau saudara agar membeli produk kita karena kualitasnya bagus. Kualitas produk adalah sifat keseluruhan dari suatu barang atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tertentu, baik yang jelas maupun yang tidak diungkapkan. (Indra Permana, 2018). Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai cara untuk menilai kualitas relatif suatu produk atau layanan, yang mencakup kualitas desain serta kualitas kesesuaian (Shapdani Anggara Priyadi, 2024). Reputasi membangun kualitas produk, keandalan produk menjadi pilihan konsumen, dan inisiatif global menarik perhatian dari pasar internasional. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan (Suhardi *et al.*, 2024). Realitanya kualitas produk di Cester Studio sudah bagus karena kertas dan tinta yang digunakan sudah sesuai standar dan awet dalam waktu yang lama. Dibuktikan dengan tidak ada pelanggan yang mengeluh tentang bahan dari produk yang disediakan. Dibuktikan dari tidak ada complain dari pelanggan terkait tinta yang luntur ataupun kertas yang mudah rusak atau tahan lama. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suhardi *et al.*, 2024) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis dan menurut (Haryono & Marniyati, 2018) kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Urgensi penelitian ini adalah kinerja bisnis yang masih tidak memenuhi target yang sudah ditentukan, hal itu di buktikan dari pendapatan selama 3 tahun di Cester Studio, jika masalah kinerja bisnis tidak terselesaikan, maka perusahaan dapat berdiri tidak lama dan akhirnya gulung tikar. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan agar masalah-masalah terkait kinerja bisnis di Cester Studio dapat teratasi. Selain itu, masih sangat minimnya penelitian yang membahas dan menyelesaikan permasalahan kinerja bisnis di Cester Studio.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh (Karinda *et al.*, 2018) yang berjudul Pengaruh Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Produk Indihome PT.Telkom Area Tomohon dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan inovasi produk berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Kedua oleh (Siregar, R. Y., Syahputra, R., dan Sinaga, 2021) menunjukkan inovasi berpengaruh signifikan dengan kinerja bisnis. Ketiga oleh (Hasyim, 2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Perbedaan dari penelitian terdahulu yaitu penambahan variable kualitas produk (X3). Penelitian yang dilakukan oleh (Suhardi *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Perbedaan atau pembaruan penelitian ini adalah pada variable kualitas produk, objek dari penelitian ini yaitu di Cester Studio Foto. Sehingga penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu dengan menambahkan variabel strategi bisnis (X3). Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti menemukan masalah yaitu kurang maksimalnya kinerja bisnis Cester Studio Foto di Wonosobo yang dipengaruhi oleh inovasi, kualitas produk dan strategi bisnis.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Kinerja bisnis**

Kinerja bisnis merupakan konsep yang memiliki berbagai aspek, baik yang berkaitan dengan keuangan maupun non-keuangan, seperti profitabilitas, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, serta efisiensi operasional. Kinerja ini sangat penting dan harus diperhatikan oleh seluruh tingkatan manajemen, baik perusahaan kecil maupun besar. Secara umum, kinerja bisnis mudah dipahami karena berasal dari kata prestasi kerja atau *performance*. (Pratama & Rakhman, 2022). Kinerja bisnis yang baik atau buruk tergantung pada kemampuan pengusaha dalam memahami peluang bisnis dan kemudian memanfaatkan peluang tersebut untuk menawarkan produk atau layanan tertentu, sehingga dapat menciptakan penjualan dan akhirnya mendatangkan keuntungan (Amara Dyah Rachmasari<sup>1</sup>, 2022).

### **Inovasi Produk**

Menurut (Amara Dyah Rachmasari<sup>1</sup>, 2022) Proses baru yang digunakan perusahaan untuk bersaing dan memperoleh segmen pasar baru dengan mengembangkan produk, membuat produk baru, atau mengubah proses produksi dan distribusi dikenal sebagai inovasi produk. Inovasi produk adalah perubahan baru, yang berbeda atau berbeda dari yang sebelumnya, yang dilakukan dengan sengaja atau tidak sengaja (Larashati & Hariyati, 2021). Sedangkan menurut (Kedepan Rohanus, 2022) segala sesuatu yang berkaitan dengan produk, layanan, ide, atau penemuan yang dianggap baru oleh seseorang didefinisikan sebagai inovasi produk.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Karinda *et al.*, 2018) inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. (Sugi & Titin Hargyatni, 2024) mengungkapkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. (Bria *et al.*, 2024) juga mengungkapkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, inovasi dapat didefinisikan sebagai proses baru yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan produk, membuat produk baru, atau mengubah proses produksi dan distribusi sehingga mereka dapat bersaing dan memperoleh segmen pasar baru. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah

H1: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

## Strategi Pemasaran

Menurut (Karinda *et al.*, 2018) strategi pemasaran adalah kumpulan tujuan, sasaran, dan kebijakan yang mengarahkan upaya pemasaran perusahaan pada berbagai tingkatan dan acuan, terutama sebagai tanggapan perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan persaingan. (Safitri & Fajrin, 2019) mengungkapkan bahwa strategi pemasaran sama dengan strategi bersaing. Dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani oleh perusahaan, strategi pemasaran berkonsentrasi pada meningkatkan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan. Dan menurut (Hermawati, 2023) strategi pemasaran didasarkan pada harapan pelanggan di masa depan dan merupakan tindakan yang terus-menerus dan meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Karinda *et al.*, 2018) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Menurut (Henry Yuliamir & Enik Rahayu, 2021) strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Dan menurut (Sutanto *et al.*, 2024) strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan teori dan penemuan terdahulu, dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran adalah kumpulan tujuan, sasaran, dan kebijakan yang mengarahkan upaya pemasaran perusahaan pada berbagai tingkatan, acuan, dan alokasi. Ini terutama berkaitan dengan cara perusahaan beradaptasi dengan lingkungan dan keadaan persaingan yang terus berubah. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H2: Strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

## Kualitas Produk

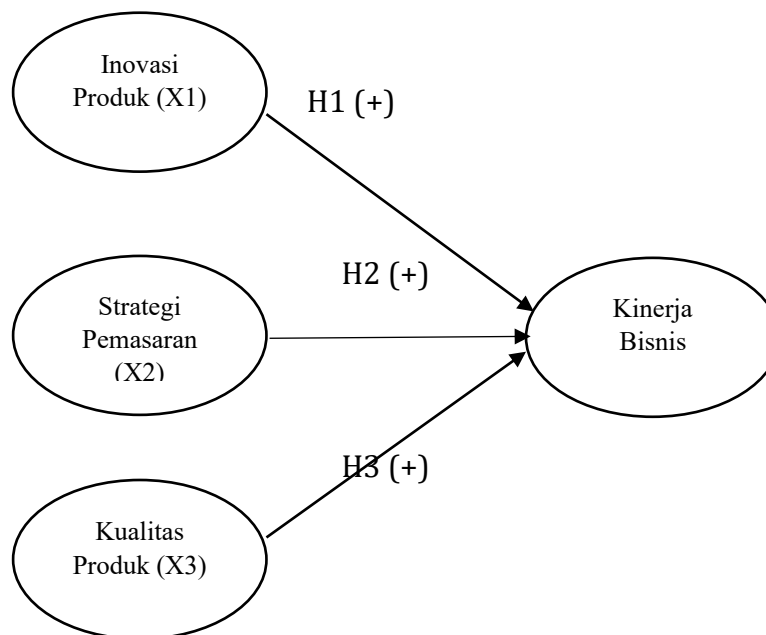
Menurut (Indra Permana, 2018) Kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik barang atau jasa yang bergantung pada kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Oleh karena itu, perusahaan berkonsentrasi pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk kompetitor (Anderson & Hidayah, 2023). Kualitas produk menurut (Arumsari, 2020) yaitu Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan hal-hal tertentu, seperti daya tahan, keandalan, ketepatan, perbaikan, dan lainnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Arumsari, 2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. (Anderson & Hidayah, 2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Dan (Shapdani Anggara Priyadi, 2024) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan teori dan temuan penelitian terdahulu, kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik barang atau jasa yang bergantung pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan yang nyata atau tersirat. Oleh karena itu, hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

## Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena mengambil sampel dan data yang dikumpulkan menggunakan instrument penelitian lalu dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis sehingga biasa diambil sebuah kesimpulan

Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka. Penelitian ini menganalisis "Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Bisnis Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis"

### Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Cester Studio Foto yang pernah menggunakan jasa di Cester Studio yang belum diketahui jumlahnya.

### Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) menyatakan bahwa sampel merupakan beberapa jumlah dan karakteristik populasi yang dimiliki itu sendiri. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan,

tenaga, waktu. Apabila populasi kurang dari seratus maka semua populasi masuk ke dalam sampel. Jadi peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, yang berarti Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung Cester Studio Foto yang belum diketahui jumlahnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan *sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2020).

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka peneliti mengambil jumlah responden menggunakan rumus (Hair *et al.*, 2018) jumlah untuk menghitung jumlah responden yaitu jumlah variabel bebas dikali 15-20 observasi. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah variabel bebas} \times 20 \\ &= 3 \times 20 \\ &= 60 \text{ minimal} \end{aligned}$$

Sehingga penelitian ini akan mengambil sampel minimal 60 responden. Peneliti melakukan survei langsung ke Cester Studio selama seminggu dan memperoleh 120 responden yang mengisi kuesioner. Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan sampel sebanyak 120 responden, agar generalisasi lebih optimal.

### Uji Validitas

Hasil yang diperoleh menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

| Variabel           | Kisaran Korelasi  | Signifikansi | Keterangan |
|--------------------|-------------------|--------------|------------|
| Kinerja bisnis     | 0,749** - 0,823** | 0,000        | Valid      |
| Inovasi produk     | 0,670** - 0,768** | 0,000        | Valid      |
| Strategi pemasaran | 0,774** - 0,805** | 0,000        | Valid      |
| Kualitas produk    | 0,598** - 0,744** | 0,000        | Valid      |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Semua variabel mempunyai kisaran korelasi antara 0,598 sampai 0,823 dengan nilai signifikansi pada tingkat 0,000 yang menunjukkan bahwa koefisien korelasi lebih dari kecil dari  $\alpha$  (0,005). Sehingga pernyataan-pernyataan semua variabel yang mengukur kinerja Cester Studio dinyatakan valid.

### Uji Reabilitas

Hasil menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji reabilitas, sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas**

| Variabel           | Cronbach Alpha | Batas Alpha ( $\alpha$ ) | Keterangan |
|--------------------|----------------|--------------------------|------------|
| Kinerja bisnis     | 0,778          | 0,7                      | Reliabel   |
| Inovasi produk     | 0,708          | 0,7                      | Reliabel   |
| Strategi pemasaran | 0,702          | 0,7                      | Reliabel   |
| Kualitas produk    | 0,706          | 0,7                      | Reliabel   |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Secara keseluruhan uji reabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini telah menunjukkan hasil yang memuaskan terlihat dari nilai Cronbach Alpha yang lebih besar

dari nilai batas atas Cronbach Alpha 0,7. Sehingga seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel inovasi produk, strategi pemasaran, kualitas produk dan kinerja bisnis adalah Reliabel.

### Uji Goodness of Fit (Uji F)

Hasil menggunakan program SPSS diperoleh hasil Uji F, sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil uji F**

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 500,292        | 3   | 166,764     | 165,469 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 116,908        | 116 | 1,008       |         |                   |
|       | Total      | 617,200        | 119 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: KINERJA BISNIS

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, STRATEGI PEMASARAN

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel 3. menyajikan perhitungan berikut, distribusi F tabel ( $df = n - k - 1 = 120 - 3 - 1 = 116$ ). Maka F tabel dapat dilihat pada baris 116 kolom 3 yaitu 2,68. Diperoleh hasil F hitung yaitu 165,469, berarti nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan perubahan pada variabel terikat atau model dinyatakan cocok atau fit.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan beberapa uji, diantaranya yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Uji Normalitas

Hasil menggunakan SPSS diperoleh hasil perhitungan uji normalitas, sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji Normalitas**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 120                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation | ,99117171               |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,065                    |
|                                  | Positive       | ,046                    |
|                                  | Negative       | -,065                   |
| Test Statistic                   |                | ,065                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel 4. menyajikan bahwa hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memiliki probabilitas Tingkat signifikansi lebih

besar dari 0,05 yaitu 0,200. Maka dalam penelitian ini model regresi data berdistribusi normal, maka uji normalitas terpenuhi.

### Uji Multikolinearitas

Hasil menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji multikolineritas sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

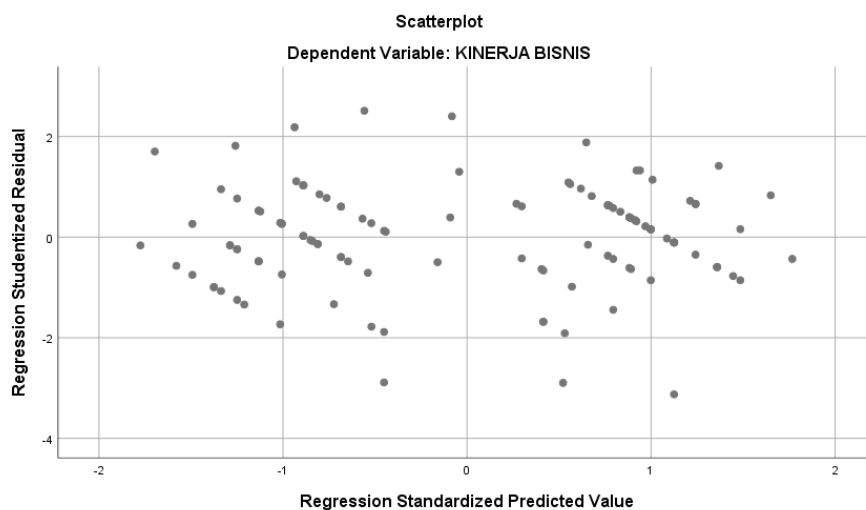
| Variabel           | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|--------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Inovasi Produk     | 0,371     | 2,697 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Strategi Pemasaran | 0,352     | 2,837 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Kualitas Produk    | 0,059     | 2,191 | Tidak terjadi multikolinieritas |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel 5. menyajikan bahwa semua variabel independen memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

### Uji Heterokedastisitas

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:



**Gambar 2.**

Gambar 2. menyajikan bahwa pola titik-titik pada Scatterplots menyebar secara acak dan tersebar baik itu diatas maupun dibawah angka 0 dan pada sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi heterokedaastisitas.

### Uji Hipotesis

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji hipotesis sebagai berikut:

**Uji Statistik t**

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji T**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)         | -1,685                      | ,843       |                           | -2,000 | ,048 |
|       | INOVASI PRODUK     | ,419                        | ,076       | ,367                      | 5,536  | ,000 |
|       | STRATEGI PEMASARAN | ,498                        | ,089       | ,383                      | 5,630  | ,000 |
|       | KUALITAS PRODUK    | ,240                        | ,059       | ,244                      | 4,075  | ,000 |

a. Dependent Variable: KINERJA BISNIS

Sumber: data diolah peneliti, 2025

**Koefisien Determinan**

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS diperoleh hasil Uji koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,900 <sup>a</sup> | ,811     | ,806              | 1,00391                    |

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, STRATEGI PEMASARAN

b. Dependent Variable: KINERJA BISNIS

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Tabel 7. menyajikan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,806 atau 80,6%, hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (X1), strategi pemasaran (X2), dan kualitas produk (X3) sebesar 80,6% sedangkan sisanya sebesar 19,4% dijelaskan variabel lain di luar model regresi. Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan nilai 80,6% hampir mendekati nilai 1 (100%).

**Pembahasan**

Hasil penelitian yang telah diju secara statistik oleh peneliti maka menunjukkan bahwa pengaruh Inovasi Produk, Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio Wonosobo, sebagai berikut:

**Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan penelitian yang menguji adanya pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio memperoleh hasil bahwa thitung 5,536 > ttabel 1,98063 dengan nilai signifikansi <0,05 yaitu 0,000 dan memperoleh hasil koefisien regresi 0,419 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi inovasi produk yang dimiliki Cester Studio kinerja bisnis juga semakin meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator inovasi produk yaitu variasi produk yaitu Cester Studio memiliki banyak jenis foto seperti foto box, foto booth, foto wedding, foto wisuda dan lain-lain. Gaya yaitu Cester studio juga menyediakan banyak gaya setiap jenis foto yang di tawarkan dengan menggunakan banyak accessories yang sudah disediakan oleh owner dan juga banyak costum yang lucu dan unik. Desain yaitu Cester Studio juga memiliki desain yang cukup menarik dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan yang lain seperti desain foto atau background yang lebih unik. Kualitas

yaitu gambar yang dimiliki Cester Studio juga bagus dan tidak blur jika foto sudah dicetak. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis di cester studio.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karinda et al., 2018) inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. (Sugi & Titin Hargyatni, 2024) mengungkapkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. (Bria et al., 2024) juga mengungkapkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

### **Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan penelitian yang menguji pengaruh strategi pemasaran terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio memperoleh hasil bahwa  $t_{hitung} 5,630 > t_{tabel} 1,98063$  dengan nilai signifikansi  $>0,05$  yaitu 0,000 dan memperoleh hasil koefisien regresi 0,498 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik strategi pemasaran yang dimiliki Cester Studio kinerja bisnis juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator strategi pemasaran adalah diferensiasi yaitu istilah yang merujuk pada strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan penawaran produk di pasar, seperti Cester studio memiliki produk yang berbeda dengan pesaing lain seperti template foto yang unik dan lebih menarik. Low cost (biaya rendah) yaitu Cester Studio juga memiliki strategi pemasaran yang mencakup kalangan anak-anak sampai orang tua. Biaya yang diperlukan untuk menggunakan jasa Cester Studio juga sangat terjangkau atau rendah dengan sekali foto hanya membayar Rp30.000 sudah dapat dua foto yang dicetak dan mendapatkan soft file yang tidak dicetak untuk dua orang. Strategi focus yaitu Ceter studio fokus dalam bidang fotografi agar bias loyal terhadap konsumen dan konsumen akan merasa puas dan kembali lagi menggunakan jasa dari Cester Studio. Hal tersebut menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karinda et al., 2018) menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Menurut (Henry Yuliamir & Enik Rahayu, 2021) strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Dan menurut (Sutanto et al., 2024) strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis**

Berdasarkan penelitian yang menguji adanya pengaruh kualitas produk terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio memperoleh hasil bahwa  $t_{hitung} 4,075 > t_{tabel} 1,98063$  dengan nilai signifikansi  $<0,05$  yaitu 0,000 dan memperoleh hasil koefisien regresi 0,240 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dimiliki Cester Studio kinerja bisnis juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator kualitas produk adalah performa yaitu kinerja produk dari Cester Studio sudah baik dan memenuhi kebutuhan konsumen. Daya tahan yaitu produk Cester Studio juga sudah baik dan tahan banting, walaupun sudah terkena air foto yang dicetak tidak akan pudar warnanya setiap foto yang di cetak dapat bertahan 2-3 tahun kedepan. Fitur yaitu Cester Studio memiliki fitur sangat menarik

dan lucu bagi yang suka foto dengan beground yang lucu dan kekinian. Reliabilitas yaitu produk Cester Studio sudah baik, setiap foto yang di cetak dapat bertahan 2-3 tahun kedepan jika tidak terbakar atau kepotong mungkin bias bertahan selama 10 tahun lebih. Estetik yaitu Cester Studio memiliki produk yang estetik dan mengikuti trend anak jaman sekarang, juga ada bayak gaya foto yang sesuai dengan umur dari anak-anak sampai orang tua. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis di Cester Studio.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arumsari, 2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. (Anderson & Hidayah, 2023) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Dan (Shapdani Anggara Priyadi, 2024) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

## Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperhitungkan secara statistik diperoleh beberapa hasil yang dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. H1 diterima, menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis Cester Studio Wonosobo. Artinya, semakin menarik atau meningkat inovasi produk di Cester studio maka akan semakin baik kinerja bisnis Cester Studio Wonosobo.
2. H2 diterima, menunjukan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio Wonosobo, Artinya bahwa semakin baik strategi bisnis di Cester Studio maka akan semakin baik Kinerja Bisnis di Cester Studio Wonosobo.
3. H3 diterima, menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Cester Studio Wonosobo. Artinya, semakin tinggi dan baik kualitas produk di Cester Studio maka akan semakin meningkat Kinerja Bisnis di Cester Studio Wonosobo.

## Saran

1. Untuk meningkatkan kinerja bisnis di Cester Studio maka perlu meningkatkan inovasi produk melalui indikator yaitu variasi produk, gaya produk, desain, dan sistensi agar apa yang dibutuhkan konsumen dapat terpenuhi.
2. Untuk meningkatkan kinerja bisnis di Cester Studio maka owner Cester Studio dapat meningkatkan strategi pemasaran dengan indicator yaitu diferensiasi, biaya rendah dan strategi fokus dalam pemasarannya.
3. Untuk meningkatkan kinerja bisnis di Cester Studio maka perlu untuk meningkatkan kualitas produk dengan indikator performa, daya tahan, fitur, reabilitas, dan estetika produk agar konsumen merasa puas dengan produk yang disediakan.

## Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa kendala atau keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, menurut pengalaman peneliti selama penelitian ini, di antaranya:

1. Belum adanya data kinerja bisnis di Cester Studio sehingga peneliti menggunakan data pendapatan dari perusahaan.
2. Faktor waktu yang kurang cukup dalam melakukan penelitian sehingga penelitian ini kurang maksimal atau masih banyak kekurangan. Seperti tidak bisa datang terus ke tempat penelitian dikarenakan ada kepentingan lain.

3. Faktor cuaca yang membuat peneliti mengalami kesulitan dalam meneliti langsung ke tempat atau objek penelitian. Seperti hujan deras sehingga responden jarang yang datang ke tempat penelitian sehingga peneliti harus datang esok hari ke tempat penelitian.

### Agenda Penelitian yang Akan Datang

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan perbandingan untuk penelitian lain yang akan menambahkan variabel independen yang mempengaruhi kinerja bisnis. Seperti yang ditunjukkan penelitian ini yang mendapatkan hasil R square 80,6% sedangkan sisanya sebesar 19,4% dijelaskan oleh variabel lain seperti diferensiasi produk dan perilaku konsumen.

### Daftar Pustaka

- Amara Dyah Rachmasari<sup>1</sup>, N. W. S. S. (2022). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Ukm Kedai Kopi. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2, 2022 : 318-337 Doi: <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2022.V11.I02.P06> Issn, 11(2), 318–337.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Ukm. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V5i1.22566>
- Arumsari, F. A. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing (Studi Pada Umkm Batik D.I. Yogyakarta)*.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). *Peran Inovasi Produk , Strategi Pemasaran , Dan Kualitas Layanan Terhadap Peningkatan Kinerja Bisnis*. 2(2), 72–81.
- Bria, L., Nuvriasari, A., & Yogyakarta, U. M. (2024). *Pengaruh Inovasi , Pemasaran Digital Dan Entrepreneurial Marketing Terhadap Kinerja Bisnis*. 7(11), 182–192.
- Eni Candra Nurhayati. (2022). The Effectiveness Of The Existense Of A Market Revitalization Program. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Fisika Fitk Unsiq*, 3(1), 137–146.
- Fajar, M. S., Abdul Rahman Mus, & Ratna Sari. (2022). Pengaruh Insentif Pajak, Strategi Bisnis Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. *Journal Of Accounting And Finance (Jaf)*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.52103/jaf.V4i1.1164>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Spss*. Semarang Badan Penerbit Undip.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis 6th Edition*. Pearson Prentice Hall. New Jersey. Humans: Critique And Reformulation ....
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/Jbm.V17i2.17174>
- Hasyim, A. H. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah Songkok “Udeng Bali” Genteng Banyuwangi. *Natuja : Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 016. <https://doi.org/10.69552/Natuja.V2i1.1350>
- Henry Yuliamir, & Enik Rahayu. (2021). Strategi Pemasaran, Kepuasan Konsumen Dan

- Kinerja Bisnis Di Kartika Jaya Kabupaten Kendal, Jawa Tengah (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Pemasaran Dan Rencana Pengembangan Di Kartika Jaya Kabupaten Kendal, Jawa Tengah). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 1(1), 48–62. <https://doi.org/10.56910/Wrd.V1i1.144>
- Hermawati, T. (2023). Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Manajerial. *Journal Of Innovation In Management, Accounting And Business*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.56916/Jimab.V2i1.347>
- Indra Permana. (2018). *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'besto*. Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 19 No. 2. [Ejurnal.Stieipwija.Ac.Id](http://ejurnal.stieipwija.ac.id)
- Karinda, M. V. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Produk Indihome Pt.Telkom Area Tomohon. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1568–1577.
- Kedepan Rohanus, S. (2022). *Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Penjahit Di Kecamatan Fanayama*. 136(Ambec 2019), 123–128.
- Larashati, M. D. N., & Hariyati, H. (2021). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Tas Dan Koper Tanggulangin Sidoarjo. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 10(1), 68–80. <https://doi.org/10.26740/Akunesa.V10n1.P68-80>
- Mariatus Solikah, At Al. (2023). *Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, Adaptabilitas Lingkungan Terhadap Kinerja Bisnis Anggota Himki*. V, 88–99.
- Nurhayati, E. C. (2018a). Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis Islami Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo. *Jurnal Al Qalam*, 19(2), 80.
- Nurhayati, E. C. (2018b). Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo. *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 1–16. <https://doi.org/10.32699/Paramurobi.V1i2.522>
- Nurhayati, E. C. (2019). Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Daya terhadap Kepuasan wisatawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 68–82.
- Nurhayati, E. C. (2022). Green Management System. *Journal Of Economics, Management, And Business*, 1(1), 8–12. <https://doi.org/10.32699/Magna.V1i1.2944>
- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Perusahaan Pengadaan Jasa Cleaning Service (Studi Kasus : Pt. Cahaya Pratama Megah). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2). <http://stp-mataram.e-journal.id/jih>
- Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi Pemasaran Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah Kopiah Resam Mentari Kota Pangkalpinang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 61–74. <https://doi.org/10.29103/E-Mabis.V20i1.390>
- Shapdani Anggara Priyadi, F. H. B. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Pada Kinerja Bisnis Basreng Idola*. 4, 2449–2460.
- Siregar, R. Y., Syahputra, R., Dan Sinaga, R. M. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 15–27.

- Soputan, G. J., Paka, O., & Asina, I. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Model Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Pelaku Umkm. *Manajemen & Kewirausahaan*, 2(2), 160–167.
- Sugi, S., & Titin Hargyatni. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Umkm Telur Asin Di Kabupaten Brebes). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 195–210. <https://doi.org/10.51903/jimeb.V3i1.761>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Suhardi, D., Gunawan, W. H., & Watulandi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Diferensiasi Produk , Perilaku Konsumen , Dan Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Bisnis Pada Industri Rotan Di Kabupaten Cirebon. 21(2), 226–231.
- Sutanto, H., Nurhaliza, E., & Mardiah, A. (2024). Pengaruh Adopsi Teknologi Digital Dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Kewirausahaan Di Indonesia. 3(01). <https://doi.org/10.58812/Sek.V3i01>