

## **Pengaruh Strategi Inovasi Dengan Dimensi Orientasi Kepemimpinan, Inovasi Proses, Inovasi Produk, Implementasi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional UKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Wonosobo**

**Muhammad Rikhy Roykhan<sup>1</sup>, Yusqi Mahfudz<sup>2</sup>, Bahtiar Efendi<sup>3</sup>, Eni Candra Nurhayati<sup>4\*</sup>**

<sup>1 2 3 4</sup> Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Sains Al-Quran Jawa Tengah di Wonosobo

[Muhammadrikhy25@gmail.com](mailto:Muhammadrikhy25@gmail.com), [enicandra@unsiq.ac.id](mailto:enicandra@unsiq.ac.id)\*

### **Abstrak**

**Tujuan** - Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan Pengaruh Strategi Inovasi Dengan Dimensi Orientasi Kepemimpinan, Inovasi Proses, Inovasi Produk, Implementasi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional UKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Wonosobo.

**Metode** - Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM di Wonosobo. Teknik pengambilan sampel menggunakan Hair et al dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang kemudian di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

**Hasil** - Hasil penelitian yang didapatkan dari uji t parsial diperoleh hasil bahwa variabel Pengaruh Orientasi kepemimpinan berpengaruh positif Terhadap Kinerja operasional UKM, Pengaruh Inovasi proses berpengaruh positif Terhadap Kinerja operasional UKM, Pengaruh Inovasi produk berpengaruh positif Terhadap Kinerja operasional UKM, Pengaruh Implementasi inovasi berpengaruh positif Terhadap Kinerja operasional UKM

**Implikasi** - Penelitian dapat menjadi pedoman pengambil kebijakan pada UKM tentang strategi Inovasi dan dimensinya terhadap kinerja operasional.

**Kata kunci:** Strategi Inovasi, Orientasi Kepemimpinan, Inovasi Proses, Inovasi Produk, Implementasi Inovasi dan Kinerja Operasional UKM

### **Pendahuluan**

Sektor UKM yang terganggu selama pandemi COVID-19 salah satunya adalah sektor makanan dan minuman. Bahkan hasil survey menunjukkan bahwa kesulitan yang belum pernah dihadapi perusahaan sebelumnya akibat pandemi covid-19, yaitu dua dari tiga perusahaan yang menghentikan operasinya baik sementara maupun secara permanen, karena pendapatan menurun drastis.

Maka dari itu pelaku UKM dituntut untuk berpikir secara kreatif dan inovatif dalam era globalisasi seperti saat ini, karena untuk menghadapi kondisi pasar yang dinamis. Sehingga kemampuan untuk melahirkan percepatan pemulihan ekonomi akan ikut ditentukan oleh kemampuan menggerakkan UKM dengan strategi bisnis yang baik agar berdampak pada pencapaian kinerja yang unggul.

Faktor yang mempengaruhi kinerja UKM adalah orientasi kepemimpinan. Pelajaran dari perusahaan yang paling inovatif dimana kepemimpinan adalah faktor yang kritis dalam menciptakan dan mendukung inovasi yang sukses (Davila Et. Al. 2006).

Selanjutnya, orientasi kepemimpinan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kreativitas. Kepemimpinan harus menjamin bahwa inovasi telah mendarah daging dalam budaya perusahaan. Tentu saja, budaya inovasi perusahaan sangat penting dan integral bagi keberhasilannya. Kepemimpinan terkadang mencakup penilaian iklim inovasi untuk menentukan persepsi karyawan tentang seberapa baik inovasi dapat tertanam dalam mentalitas bisnis. Pemahaman persepsi inovasi terhadap tujuan perusahaan dan norma serta budaya yang terkait dengan inovasi dapat menjadi penghambat inovasi (Davila et al. 2006).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan permasalahan adalah Adanya penurunan kinerja UKM di Kabupaten Wonosobo yang diakibatkan oleh orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi”.

## **Kajian Pustaka**

### **Kinerja Operasional**

Kinerja operasional menurut Schroeder (1993) bahwa pengukuran kinerja yang tepat sebaiknya diperoleh dari hasil penerapan operasi dan bisnis, yang ditunjukkan dengan kualitas, biaya, delivery, fleksibility, dan inovasi.

Untuk mengukur kinerja operasional menurut (Terziovski dan Samson 1997, sit. Herlambang 2009) Pengukuran kinerja operasional diukur dengan Tingkat Produktifitas, Tingkat kesalahan produksi, teknologi tepat guna, dan akurasi produk konsumen.

### **Orientasi Kepemimpinan**

Istilah "orientasi kepemimpinan" mengacu pada keinginan perusahaan untuk menjadi yang pertama memasuki pasar. Untuk mengukur orientasi kepemimpinan menurut (Herlambang 2009) dapat diukur dengan: Memiliki target pasar yang besar memang menguntungkan. Mempertahankan keunggulan produk yang kompetitif. Menyelidiki kebutuhan dan keinginan pelanggan, Membedakan produk atau jasa untuk menghasilkan inovasi Menyediakan barang dengan harga terjangkau.

### **Inovasi Proses**

Menurut Inovasi proses didefinisikan sebagai suatu elemen baru yang diperkenalkan dalam operasi produk dan jasa dalam perusahaan, seperti materi bahan baku, spesifikasi tugas, mekanisme, maupun peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk atau jasa (Damanpour, 1991). Untuk mengukur inovasi proses (Yüzbaşıoğlu et. al. 2014) diukur dengan: Pengembangan metode proses produksi, Penambahan proses layanan baru, Melakukan perbaikan proses produksi, memiliki fasilitas yang baik untuk proses produksi, pengembangan kualitas dan proses bisnis, pengoptimalan produksi, kemudahan dilihat dari jarak pandang normal/ visibilitas, lokasi dekat dengan pusat keramaian, dan kesediaan lahan parkir sehingga indikator dari variabel aksesibilitas lokasi berjumlah sebanyak 4 indikator yang nantinya menjadi item nomor 8 sampai 11 dalam kuesioner.

## **Inovasi Produk**

Inovasi produk menurut Damanpour (1991) mendefinisikan inovasi produk sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Untuk mengukur inovasi produk (Yüzbaşıoğlu et. al. 2014) diukur dengan:

Menciptakan ide inovatif pada produk, Modifikasi produk- produk lama, Menyediakan produk baru di pasar, Penetapan harga produk.

## **Implementasi Inovasi**

Implementasi ide-ide baru Proses mendapatkan personel yang tepat dan bertanggung jawab untuk menerapkan inovasi dalam suatu organisasi dapat dianggap sebagai proses mendapatkan karyawan yang benar dan bertanggung jawab untuk menggunakan inovasi. (Klein dan Sorra, 1996). Untuk mengukur implementasi inovasi menurut (Herlambang 2009) dapat diukur dengan: Strategi inovasi dalam perusahaan, penerapan budaya yang baik, kemampuan karyawan dalam pemanfaatan teknologi baru.

## **Metodologi**

Penelitian asosiatif adalah pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam jenis penelitian ini. Pendekatan kuantitatif adalah strategi penelitian untuk meneliti suatu populasi atau sampel orang dengan tujuan menguji suatu hipotesis (Nurchayani, NM, dkk. 2016). Penelitian asosiatif (koneksi) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kausal dari variabel-variabel yang diteliti (Astina, ING, et al. 2016).

Populasi adalah kelompok atau kumpulan individu-individu atau obyek penelitian yang memiliki standar-standar tertentu dari ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan ciri-ciri tersebut populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emory 1995). Populasi dalam penelitian ini adalah UKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Wonosobo. Dengan jumlah 110 pelaku UKM di Wonosobo.

Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 110 orang yang berasal dari UKM sektor makanan dan minuman. Jadi, dengan jumlah indikator sebanyak 22 buah dikali 5). Dalam menentukan nilai sebanyak 5 karena sudah memenuhi nilai kriteria hasil dari jumlah sampel yang representative uji hair yaitu sebanyak 100-200 sampel. Jadi, melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 110 UKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Wonosobo.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Data Penelitian**

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pelaku UKM di Kabupaten Wonosobo. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel berjumlah 110 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey yaitu dengan cara mendatangi responden secara langsung dan diambil sendiri oleh peneliti. Adapun batas waktu pengumpulan kuesioner adalah 2 bulan terhitung dari hari masuknya kuesioner kepada responden.

### Statistik Deskriptif

Dari seluruh kuesioner yang dibagikan kepada responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 responden karena semua data yang disebar kembali semua dan tidak ada yang gugur karena semua pertanyaan diisi oleh responden, sehingga semua data dapat diolah.

### Uji Kualitas Data

Uji Validitas :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikansi
Orientasi kepemimpinan	0,757** - 0,810**	0,00
Inovasi proses	0,665** - 0,886**	0,00
Inovasi produk	0,626** - 0,798**	0,00
Implementasi inovasi	0,615** - 0,864**	0,00
Kinerja operasional UKM	0,611** - 0,774**	0,00

Berdasarkan Tabel 1. Variabel Orientasi kepemimpinan, Inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi, kinerja operasional UKM dikatakan valid. Uji Reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Batas Alpha
Orientasi kepemimpinan	0,929	0,70
Inovasi proses	0,889	0,70
Inovasi produk	0,950	0,70
Implementasi inovasi	0,900	0,70
Kinerja operasional UKM	0,944	0,70

Berdasarkan Tabel 2. Uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha Based on Standardized Item* dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,70. Sehingga seluruh pernyataan adalah reliabel.

### Uji Goodness of Fit

Tabel 3. Hasil uji Goodness of fit

Goodness of fit (F)	Sig.
93.480	.000 <sup>a</sup>

Hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung} = 93.480 > F_{tabel} = 2,47$  ( $df = n-k-1 = 110-4-1=105$ ), maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya bahwa model penelitian sudah baik atau sudah memenuhi kriteria good of fit.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk melihat apakah variabel-variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Tes Glejser digunakan dalam penyelidikan ini untuk menentukan apakah variabelnya normal atau tidak. Data biasanya terdistribusi jika nilai Asymp. Sig lebih besar atau sama dengan 0,05 atau 5%.

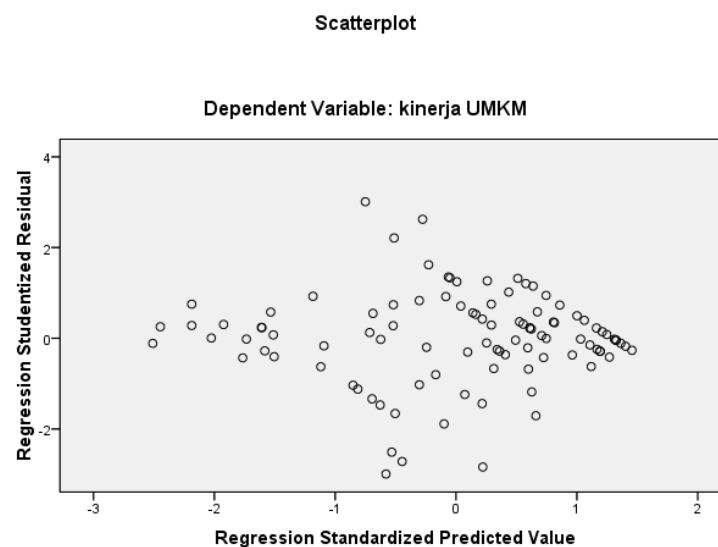
Tabel 4. Hasil Uji Normalitas	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.477

Dapat dilihat bahwa hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorof-Smirnof Test memiliki probabilitas tingkat signifikansi di atas tingkat  $\alpha = 0,05$  yaitu 0,477. Hal ini berarti dalam model regresi terdapat variabel residual atau variabel pengganggu yang terdistribusi secara normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini diuji melalui plot grafik dan analisis. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik pada sumbu Y terdistribusi secara acak di atas dan di bawah nol (Ghozali, 2006).

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Titik-titik pada grafik scatterplot didistribusikan secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi di sana Anda memilikinya model regresi yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Multikoleniaritas

Pada Collinearity Statistics, uji multikoleniaritas dilakukan dengan menguji korelasi antara variabel independen pada nilai Tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) (Ghozali, 2006).

Tabel 6. Hasil Uji Multikoleniaritas

Tolerance	VIF
.321	3.117
.346	2.888
.529	1.889
.638	1.566

Tabel 6 menunjukkan hasilnya. Tidak ada variabel bebas dengan nilai Tolerance kurang dari 0,10, seperti yang ditunjukkan di atas. Selanjutnya, hasil perhitungan VIF menunjukkan hal yang sama: tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Akibatnya, tidak dapat ditentukan multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	T hitung	Sig.
Orientasi kepemimpinan	4,770	0,000
Inovasi proses	2,638	0,010
Inovasi produk	4,347	0,000
Implementasi inovasi	9,617	0,000

Dari tabel 7 dapat diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Pengujian Pengaruh Orientasi kepemimpinan internal terhadap Kinerja operasional UKM

Nilai thitung adalah 4.770 dari hasil data olahan pada Tabel 4.11. Jika koefisien dievaluasi dengan membandingkan thitung terhadap ttabel (= 5 persen = 0,05, df = n-k = 110-4 = 106), maka diperoleh hasil thitung 4,770 > ttabel 1,98498 yang menunjukkan Ho ditolak dan Ha diterima. Variabel Orientasi kepemimpinan internasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kinerja operasional UKM, artinya. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan Orientasi kepemimpinan internasional berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional UKM diterima.

#### 2. Pengaruh Inovasi proses terhadap Kinerja operasional UKM

Jumlah thitung adalah 2.638 yang dapat dilihat pada data olahan pada Tabel 4.11. Ketika koefisien dibandingkan dengan ttabel (= 5% = 0,05, df = n-k = 110-4 = 106), diperoleh hasil bahwa thitung 2,638 > ttabel 1,98498, menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja operasional UKM secara signifikan dipengaruhi oleh variabel inovasi proses individu. Akibatnya, H2, yang berpendapat bahwa inovasi proses memiliki dampak menguntungkan pada kinerja operasional UKM, disetujui.

### 3. Pengaruh Inovasi produk terhadap Kinerja operasional UKM

Nilai thitung sebesar 4,347, terlihat dari hasil pengolahan data pada Tabel 4.11. Jika thitung dibandingkan dengan ttabel ( $= 5\% = 0,05$ ,  $df = n-k = 110-4 = 106$ ), maka diperoleh kesimpulan bahwa thitung sebesar 4,347 dan ttabel sebesar 1,98498 yang menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk individu memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel kinerja operasional UKM. Hasilnya,  $H_3$ , yang berpendapat bahwa inovasi produk berdampak pada kinerja operasional UKM, disetujui.

### 4. Pengaruh Implementasi Inovasi Terhadap operasional UKM

Nilai thitung sebesar 9,612 terlihat dari hasil pengolahan data pada Tabel 4.11. Ketika thitung dan ttabel dibandingkan ( $= 5\% = 0,05$ ,  $df = nk = 110-4 = 106$ ), diperoleh hasil bahwa thitung  $9,617 >$  ttabel (1,98498), menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja operasional UKM secara signifikan dipengaruhi oleh variabel implementasi inovasi individu. Akibatnya,  $H_4$  diakui, yang menegaskan bahwa penerapan inovasi memiliki efek menguntungkan pada kinerja operasional UKM.

## Penutup

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh relationship marketing inputs yang meliputi orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional UKM dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Dapat disimpulkan dengan perhitungan yang telah dilakukan dengan pengujian data pada bab 4. Bahwa berdasarkan uji t didapatkan hasil t hitung sebesar 4,770 dan nilai t table sebesar 1,98498. Maka variabel orientasi kepemimpinan secara parsial berpengaruh positif terhadap terhadap kinerja operasional UKM ( $H_1$  diterima). Berdasarkan uji t didapatkan hasil t hitung sebesar 2,638 dan nilai t table sebesar 1,98498. Maka variabel inovasi proses secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja operasional UKM ( $H_2$  diterima). Berdasarkan uji t didapatkan hasil t hitung sebesar 4,347 dan nilai t table sebesar 1,98498. Maka variabel inovasi produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja operasional UKM ( $H_3$  diterima). Berdasarkan uji t didapatkan hasil t hitung sebesar 9,617 dan nilai t table sebesar 1,98498. Maka variabel implementasi inovasi secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja operasional UKM ( $H_4$  diterima).

### Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :Saran untuk pemilik, untuk mempertahankan penjualan pemilik harus bisa mempertahankan keterjangkauan harga dan juga bisa mempertahankan tingkat kenyamanan lokasi warung makannya.

Diharapkan para pemilik usaha selalu berusaha untuk mengembangkan daya kreativitas sehingga produk yang dihasilkan benar-benar memiliki daya saing yang tinggi terutama dengan produk-produk yang sejenis. Diharapkan para pemilik usaha selalu berupaya untuk mengembangkan inovasi dalam menghasilkan produk sehingga mampu memenuhi keinginan dan permintaan pasar (konsumen).UKM juga dituntut

untuk bisa mengubah bentuk dari barang yang mereka buat. Bentuk produk harus dibuat lebih ramping, menarik, dan, jika mungkin, unik dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk tetap unggul dalam persaingan, UKM harus terus meningkatkan daya saingnya. Beberapa di antaranya adalah memperluas jaringan bisnis, menjamin kelancaran distribusi produk untuk memastikan ketersediaan produk di pasar, dan meningkatkan implementasi inovasi sehingga produk mereka memiliki identitas tersendiri yang membedakannya dari produk pesaing. Akibatnya, barang-barang UKM sulit untuk diganti karena selalu ada di pasaran dan mudah dikenali oleh konsumen.

## Daftar Pustaka

- Abdul Haris Perwiranegara. 2015. Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi Terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, Vol 13, No 1; 77-89.
- Aksoy, H. (2021). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, volume 51, halaman 133–141.
- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Penerbit, CV. Alfabeta Bandung.
- Astina, I Nyoman Gede Adi (2016) "Pengaruh gaya kepemimpinan dan iklim organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. Bilabong INDONESIA".
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Baldwin, E.A. 1994. Edible Coating for Fresh Fruits and Vegetables : Past, Present, and Future. Didalam : Krochta, J.M., Baldwin, E.A., dan Nisperos Carriedo, M.O. [Eds], *Edible Coatings and Films to Improve Food Quality*. Technomic Publishing Company Inc. Lancaster Pennsylvania. P. 25-64
- Banker, R. D., G. Potter and R. G. Schroeder. 1993. "Reporting Manufacturing Performance Measures to Workers: An Empirical Study, " *Journal Of Management Accounting Research* 5 (Fall): 33-35.
- Daft. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jilid 1. Edisi ke Sembilan Salemba Empat. Jakarta
- Damanpour, F. 1991. Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academic of Management Journal* 34 (3), 550–590.
- Davila, Epstein, Shelton, (2006), *Making Innovation Work, How to Manage it, Measure It, And Profit From It*, Wharton School Publishing.
- Davila, Epstein, Shelton, (2006), *Making Innovation Work, How to Manage it, Measure It, And Profit From It*, Wharton School Publishing.
- Ebadi, Y.M. and Utterback, J.M. (1984), "The effects of communication on technological innovation", *Management Science*, Vol.30No.5, pp. 572-585.
- Fahmila, S. F., & Ngaini, S. N. (2021). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan pada UKM di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi*, 8 (2), 1-15.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson.



- Handoko, T. Hani. (2010). *Manajemen Personalia & Sumber daya Manusia*. BPFE-Yogyakarta
- Klein, Katherine, J., and Sorra, Joann Speer. 1996, *The Challenge of Innovation Implementation*, *Academy of Management Review*, pp. 1055-1077.
- Leonard-Barton, D., 1991. *The Role of Process Innovation and Adaptation in Attaining Strategic Technological Capability*, *International Journal of Technological Management*, Vol. 6 (3), pp: 303-320
- Lukas, B.A. and Farrel. 2000, "The Effect of Market Orientation on product innovation," *Academy of Marketing Science*, 28(2):239-247.
- Mukti, M. A., Lestari. S., & Indyastuti, D. L. (2013). *Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga*. *Jurnal Manajemen*, 6 (2) , 1-8.
- Nurchayani, Ni Made dan Dewi Adnyani. 2016. *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening*, *Jurnal Manajemen*, Vol. 5, No. 1.
- Ongoh. S., Mandey L., Jorie, R.J. (2015). *Analisis Strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki Ertigo PT. Sinar Galesong Pratama Manado*. *Jurnal EMBA*. 3(3): Hal. 582-594.
- Onsu, Rosalia, dkk. 2015. *The Effect of Product Atributes, Brand Image, And Promotion Strategy Towards Consumer Purchase Decision At Yamaha Ranotana Dealer*. *Jurnal EMBA Volume 3, No. 2 Hal. 818-828*.
- Porter, Michael. 1980. *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Puspitasari, Rita, 2014, *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Magelang*, Tesis : Magelang.
- Read, A., 2000. *Determinant of Successful Organisational Innovation: A Review of Current Research*. *Journal of Management Practice*, Vol.3 (1), pp: 95-119
- Robertson, 2002, "Performance Measurement", Jogjakarta.
- Srimindarti, 2006. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja*. Semarang: STIE Stikubank.
- Stenly Ronaldo Titioka & Baretha Meisar Titioka. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Implementasi Kinerja Operasional Industri Roti di Kota Ambon*. *Jurnal Maneksi Vol. 10(1)*.
- Telles, G. and Godhar, P. 1996, "Firt to market, firt to fail?: Real Causes of Enduring Market leadership," *Sloan Management Review*, pp. 65-75.
- Terziovski, M. and Samson D., 1999. *The Link Between Total Quality Management Practice and Organisational Performance*, *Journal of Operations Management*, Vol. 16, (3) pp: 1-18
- Thurow, Lester (1992), "Head to Head: The Coming Economic Battle Among Japan, Europe and America", London: Nicholas Breatley.
- Tidd, et.al., 2005, *Managing Innovation Tools Value Analysis*. Dalam <http://www.innovation-portal.info/wp-content/uploads/ValueAnalysis.pdf>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2021.

Tiwari dan Buse, 2007 R. Tiwari dan S. Buse, *The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in Banking Sector*. Hamburg : Hamburg University Press.

Widodo, Joko (2006). *Membangun Birokrasi Berbasis Kinerja*. Bayumedia Publishing.

Yüzbaşıoğlu, Nedim., Pinar, C., Yunus, T., A 2014 research on innovation in small and mediumsized enterprises in tourism industry: case of travel agencies operating in Antalya, *Journal of Procedia Social and Behavioral Sciences*.

Zahra, S.A., and Das, S.R. 1993, "Innovation Strategy and Financial Performance in Manufacturing Companies: An Empirical Study," *Production and Operation Management*, 2(1):15-37. Hasibuan, Y. M. (2017). *Analisis Pengaruh Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Angkringan Mas Bro*. STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.