

Pengaruh Ketrampilan Wirausaha, Inovasi Produk, Dan Kreativitas Terhadap Perkembangan Usaha Sportwear & Clothing (Studi pada Philosophy Industries Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang)

Ratna Wijayanti¹, Wahab², M. Fandi Maulana³

^{1 & 3} Universitas Sains Al Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo, ² UIN Walisongo Semarang
Email: Wijayantiratna34@yahoo.co.id; wahabzaen@yahoo.co.id; Fandiimaulana10@gmail.com

Abstrak

Purpose- This study aims to prove the effect of entrepreneurial skills, product innovation and creativity on business ventures at Philosophy Industries.

Methodology- This research was conducted on customers of Philosophy Industries. The sample in this study were 97 respondents who were customers of Philosophy Industries. Data was collected by means of a questionnaire that was distributed online to Philosophy Industries customers.

Findings- The results showed that the entrepreneurial skill variable had a positive effect on business ventures at Philosophy Industries as evidenced by the t-count value of 3.194 > t table 1.66123 with a significance of 0.002 < 0.05. Product innovation has a positive effect on business ventures at Philosophy Industries as evidenced by the t arithmetic value of 5.229 > t table 1.66123 with a significance of 0.000 < 0.05. Creativity has a positive effect on business ventures at Philosophy Industries as evidenced by t count 7.955 > t table 1.66123 with a significance of 0.000 < 0.05. The purpose of this study is to prove whether there is an influence of ethnocentrism, brand image, lifestyle and product knowledge on batik purchasing decisions in Banyurip village. The sample of this research is 100 respondents, which are 100 batik consumers in Banyurip village. Data were collected by using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The results of this study were analyzed using multiple linear regression analysis

Keywords: *Entrepreneurial Skills, Product Innovation, Creativity and Business Effort*

Pendahuluan

Ekonomi kreatif (ekraf) merupakan salah satu sektor ekonomi yang menjanjikan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya dalam rangka pelaksanaan program Sustainable Development Goals (SDGs) hingga tahun 2030 nanti. Tak bisa dipungkiri bahwa sektor industri kreatif di seluruh dunia memang terus menggeliat di era milenial sekarang ini. Di Indonesia sendiri, industri kreatif sangat berperan penting bagi penopang pertumbuhan ekonomi, baik itu secara digital maupun konvensional. Pasca terpuruk akibat pandemi Covid - 19, ekonomi kreatif di Indonesia terus berjuang menjadi garda terdepan mengambil bagian dalam momentum Indonesia bangkit. Upaya ini dilakukan dengan mengadakan sejumlah program unggulan guna mempercepat pemulihan sektor ekonomi kreatif.

Hal ini membuat pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap kemajuan industri ekonomi kreatif. Diperlukan waktu dan konsistensi untuk bisa menjadikannya kokoh dan berkembang. Beberapa peran ekonomi kreatif dalam memajukan Indonesia mulai dari memberikan kontribusi ekonomi, menciptakan nilai tambah, mengukuhkan citra dan identitas bangsa, melestarikan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya budaya hingga memberi dampak sosial bagi masyarakat untuk semakin cinta dan bangga menggunakan produk buatan bangsa sendiri. Selain menggerakkan roda ekonomi nasional, ekonomi kreatif merupakan salah satu cara paling ampuh untuk melestarikan budaya nusantara yang jumlahnya tak terhingga. Misalnya saja batik atau musik yang

nilai atau basic-nya tradisional tapi semangatnya kontemporer sehingga mampu dikenal secara global.

Salah satu bagian dari industri kreatif atau sub sektor industri kreatif yang saat ini berkembang sangat pesat di Indonesia adalah industri fashion. Industri fashion yang tergolong dalam industri kreatif saat ini berkembang sangat cepat sebagai bagian dari Kreativitas dalam berbusana pada saat ini telah menjadi trend tersendiri bagi masyarakat indonesia. kebutuhan dan juga permintaan yang semakin besar dari para konsumen telah mendorong para pelaku usaha di Indonesia untuk terus melakukan inovasi dalam trend berbusana dan berusaha memahami keinginan pasar yang berpikiran sangat dinamis.

Proses penciptaan sesuatu yang baru yang terdapat pada kewirausahaan memerlukan peran penting dari pengusaha atau para wirausahawan tersebut. Oleh karena itu pengusaha harus memiliki kemampuan atau kompetensi dalam hal menjalankan usahanya. Menurut Simpeh (2011) terdapat enam teori kewirausahaan, yaitu teori kewirausahaan ekonomis, teori kewirausahaan psikologis, teori kewirausahaan sosiologis, teori kewirausahaan antropologis, teori kewirausahaan berbasis peluang dan teori kewirausahaan berbasis sumber daya. Berdasarkan keenam teori tersebut, teori kewirausahaan psikologis merupakan teori yang berbasis pada segi internal wirausaha.

Batik merupakan produk asli Indonesia yang indah dapat dilihat dari segi seni dan kegunaannya serta proses pembuatannya. Batik Indonesia adalah salah satu seni menggambar tertua di dunia. Jadi apa yang bercorak pada kain batik memiliki makna yang sangat dalam yang mengandung arti dan nilai filosofis yang sangat dalam.

Fashion dalam olahraga disebut juga dengan sportswear, hal tersebut membuat banyak anak muda berlomba-lomba untuk mencoba membuat brand sendiri dengan berbagai inovasi dan kreatifitas supaya terus mengikuti perkembangannya. Dengan ini anak muda sudah bisa berwirausaha sesuai dengan yang mereka sukai. Brand yang dihasilkan juga terus diperbaiki agar selalu meningkatkan penjualan dan menaikkan nama brand tersebut.

Philosophy Industries Clothing & Sportswear didirikan pada sekitar tahun 2014 oleh Sdr. Ahmad Febriyanto. Philosophy Industries Clothing & Sportswear adalah usaha perseorangan (usaha kecil menengah) yang bergerak di bidang jasa sablon dan konveksi. Jasa sablon yang dikerjakan antara lain sablon undangan, kaos, stiker, kop surat, dan kaos. Sedangkan jasa konveksi yang dikerjakan antara lain pembuatan kaos untuk instansi, celana training, tas souvenir, maupun jaket, dan jersey printing. Namun yang sering dikerjakan PHILOSOPHY INDUSTRIES CLOTHING & SPORTWEAR ini adalah sablon kaos, dan pembuatann jersey.

Tinjauan Pustaka

KetrampilanWirausaha

Menurut Hisrich (2008) Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah proses penciptaan sesuatu yang baru yang pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik, serta resiko social yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan serta kepuasan dan keberhasilan pribadi. Proses penciptaan sesuatu yang baru yang terdapat pada kewirausahaan memerlukan peran penting dari pengusaha atau para wirausahawan tersebut. Oleh karena itu

pengusaha harus memiliki kemampuan atau kompetensi dalam hal menjalankan usahanya.

Inovasi Produk

Menurut Nelly dkk (2008) yang berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan produk dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran, inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Menurut Drucker dalam Berthon dkk (2005) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

Menurut Myers dan Maruis (2005) Inovasi Produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain (Kotler, 2009). Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep dari suatu ide baru, penemuan atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut.

Inovasi menurut Buchari (2004) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Inovasi adalah sebuah perkembangan dan implementasi dari ide baru dari waktu ke waktu di dalam sebuah institusi. Nelly (2001) mengatakan bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil dipasarkan. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Drucker (1985) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan.

Kreativitas

Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan yang bersumber dari pihak konsumen (Sitohang, 2006). Miles dan Snow dalam Sitohang (2006), mengemukakan bahwa salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing adalah perusahaan harus berorientasi pada kreativitas dan inovasi yang tepat.

Hadiyati (2011) mendefinisikan kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang benar, tepat, bermanfaat dan bernilai terhadap suatu tugas yang bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan panduan, pedoman atau petunjuk yang akan menuntun kita untuk mempelajari dan menemukan suatu hal baru. Definisi lain menyebutkan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menemukan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (Zimmerer, 2008).

Kreativitas pendapat Woolfook (dalam Riani, 2005) memberikan batasan bahwa kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan sesuatu yang baru atau untuk memecahkan masalah. Sedangkan menurut Guilford (1976) kreativitas adalah cara-cara berpikir yang divergen, berpikir yang produktif, berdaya cipta berpikir

heuristik dan berpikir lateral. Sedangkan Freedom (dalam Riani, 2005) mengemukakan kreativitas sebagai kemampuan untuk memahami dunia, menginterpretasi pengalaman dan memecahkan masalah dengan cara yang baru dan asli. Berdasarkan pendapat para ahli psikologi, Danny dan Davis (dalam Riani, 2005) mengemukakan sejumlah aspek yang berbeda termasuk dalam kriteria kreativitas..

Usaha Bisnis

Menurut Webster (2015) bisnis adalah suatu aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan barang dan jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang; kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan; Jumlah aktivitas yang telah diselesaikan oleh sebuah toko, perusahaan, pabrik dan lain lain.

Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh baik berupa uang maupun barang. Berwirausaha memberikan pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keinginan untuk memperoleh pendapatan itulah yang dapat menimbulkan minat untuk berwirausaha (Suhartini, 2011). Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi, semakin tinggi harapan untuk mendapat pendapatan yang lebih tinggi dengan berwirausaha, maka hal tersebut akan mendorong seseorang untuk berwirausaha (Adhitama, 2014).

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010:13) adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dapat dinyatakan dalam satuan hitung dan analisis menggunakan statistik.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan philosophy industries. Dalam penelitian ini terdapat 17 buah indikator penelitian. Dengan jumlah anggota sampel adalah 97 responden. Peneliti akan mengambil sampel sebanyak 97 responden

Jenis dan sumber data

Penelitian ini menggunakan ada 2 yaitu data primer dan data sekunder.

Variabel penelitian

Variabel merupakan objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu ;

1. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang berperan memunculkan variabel-variabel terikat. Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel independen adalah Keterampilan Wirausaha (X1), Inovasi Produk (X2), dan Kreativitas (X3).
2. Variabel dependen (terikat)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang munculnya untuk merespon akibat dari variabel variabel yang dimanipulasi. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Usaha

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yaitu bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasi dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel

tertentu, untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program *SPSS statistics 25 for Windows*

Uji kualitas data

1. Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah data yang diperoleh sah untuk digunakan.
2. Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah data yang diperoleh reliabel yang artinya dapat dipercaya.

Uji Goodness Of Fit (uji kelayakan modal) dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistic.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal
2. Uji Multikolinearitas, multikoline aritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regres
3. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain

Uji Hipotesis

1. uji parametrik individual uji t digunakan untuk menguji apakah pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk memprediksi berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah.

Formula untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Usaha
a	=	Constanta
b1	=	Koefisien regresi Ketrampilan Wirausaha
b2	=	Koefisien regresi inovasi produk
b3	=	Koefisien regresi Kreativitas
X1	=	Ketrampilan wirausaha
X2	=	Inovasi Produk
X3	=	Kreativitas
e	=	Error Disturbances

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

**Hasil Penelitian Dan Pembahasan
Statistik Deskriptif Variabel****Tabel
Descriptive Statistics**

	Rata-rata Aktual	Std. Deviation	Kisaran Aktual	Kisaran Teoritis	Rata-rata Teoritis
X1	20,47	4,297	5-25	5-25	15
X2	16,06	3,378	4-20	4-20	12
X3	11,47	2,731	3-15	3-15	9
Y	21,61	2,527	13-25	5-25	15

Dari tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel (Keterampilan Wirausaha, Inovasi Produk, Kreativitas, dan Usaha) sudah diterapkan dengan baik dikarenakan nilai rata-rata aktual lebih tinggi dari rata-rata teoritis.

**Uji Kualitas Data
Uji Validitas****Tabel
Hasil uji validitas**

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikan
X1	0,787-0,930	0,000
X2	0,797-0,926	0,000
X3	0,899-0,908	0,000
Y	0,700-0,755	0,000

Dari tabel menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tentang variabel-variabel yang terkait terhadap Usaha batik tersebut dinyatakan valid.

Uji Reabilitas**Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha on Standardized Items	Ket.
X1	0,946	0,000
X2	0,901	0,000
X3	0,886	0,000
Y	0,780	0,000

Dari tabel terlihat bahwa nilai cronbach alpha yang lebih besar dari nilai batas cronbach alpha 0,7. Sehingga seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel Usaha batik adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32427641
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.039
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,77 melebihi nilai batas $\alpha = 0.05$ sehingga ditarik kesimpulan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	.987	1,013
X2	.609	1,642
Xx3	.613	1,630

Berdasarkan tabel 4.8 terlihat bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , sehingga ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

model		t	sig
1	(Constant)	2.041	.044
	X1	1.360	.177
	X2	-1.108	.271
	X3	-.289	.773

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Dari uji diatas terlihat bahwa variabel-variabel independen memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Goodness of Fit (Uji F)**Tabel
ANOVA**

	Model	Df	F	Sig.
1	Regression	3	81.895	.000
	Residual	93		
	Total	96		

Terlihat dari tabel 4.11 terdapat nilai F hitung 81.895 probabilitas signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini sudah sesuai atau fit.

Uji Hipotesis**Tabel 4.11
Hasil Uji Hipotesis
Coefficientsa**

		Unstandardized Coefficients			
	Model	B	Std. Error	t	Sig.
1	(Constant)	9.270	.937	9.891	.000
	X1	.103	.032	3.194	.002
	X2	.272	.052	5.229	.000
	X3	.511	.064	7.955	.000

Berdasarkan data pada tabel 4.12 tersebut maka persamaan regresi linier pada penelitian ini adalah:

$$Y = 9,270 + 0,103X_1 + 0,272X_2 + 0,511X_3$$

Interprestasi Koefisien Regresi

a. $a = 9,270$

Artinya apabila Ketrampilan (X_1), Inovasi (X_2) dan Kreativitas (X_3) sama dengan nol, maka Usaha (Y) akan naik sebesar 9,270 dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*).

b. $b_1 = 0,103$

Koefisien regresi variabel Ketrampilan (X_1) sebesar 0,103 artinya jika Ketrampilan (X_1) meningkat satu satuan, maka Usaha (Y) akan naik sebesar 0,197 dengan ketentuan variabel Inovasi (X_2) dan Kreativitas (X_3) konstan.

c. $b_2 = 0,272$

Koefisien regresi variabel Inovasi (X_2) sebesar 0,272 artinya jika Inovasi (X_2) meningkat satu satuan, Usaha (Y) akan naik sebesar 0,272 dengan ketentuan variabel Ketrampilan (X_1) Kreativitas (X_3) konstan.

d. $b_3 = 0,511$

Koefisien regresi variabel Kreativitas (X_3) sebesar 0,511 artinya jika Kreativitas (X_3) meningkat satu satuan, maka Usaha (Y) akan naik sebesar 0,511 dengan ketentuan variabel Ketrampilan (X_1), Inovasi (X_2) konstan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.13
Hasil Uji R²

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852	.725	.717	1.345

1. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,725. Hal ini berarti bahwa 72,5 % variasi Usaha dapat dijelaskan bahwa variabel Ketrampilan, Inovasi, Kreativitas sedangkan sisanya 17,5 % adalah kontribusi dari faktor di luar pembahasan skripsi

Penutup

Kesimpulan

Hasil pengujian statistik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Usaha dapat disimpulkan bahwa: Keterampilan Wirausaha (X_1), Inovasi Produk (X_2), Kreativitas (X_3) masing-masing berpengaruh positif terhadap Usaha.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kekesimpulan yang telah diuraikan diatas, selanjutnya penulis memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemilik Philosophy Industries.

1. Sebaiknya pemilik Philosophy Industries tetap mempertahankan dan meningkatkan ketrampilan wirausaha supaya dapat selalu mengembangkan usahanya untuk bersaing dengan toko atau koveksi lain.
2. Pelaku usaha Philosophy Industries kedepannya harus menjaga dan mampu meningkatkan inovasi produk agar dapat mengikuti permintaan pasar yang selalu berubah.
3. Pelaku usaha Philosophy Industries harus dapat meningkatkan kreativitas terhadap produknya agar produk yang dihasilkan tidak monoton dan bisa mengikuti perkembangan zaman.

Diharapkan kepada para pelaku usaha untuk lebih mempelajari mengenai berbagai macam cara untuk meningkatkan kinerja usaha mereka, untuk meningkatkan Usaha oleh konsumen.

Keterbatasan

1. Referensi buku yang kurang membuat penulis kesulitan dalam mendapatkan beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian, yang disebabkan adanya pandemi.

2. Penyebaran kuesioner penelitian kurang efektif dikarenakan tidak bisa bertatap muka secara langsung dengan responden sehingga apabila ada yang belum dipahami responden tidak bisa ditanyakan dan menyebabkan data kurang subjektif.

Daftar Pustaka

- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Creswell, JW. 2010. *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Third Edition, Sage Publication, USA.
- Darwanto. 2013. *Peningkatan daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas)*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Volume 20, Nomor 2, September, pp. 142 – 149.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Departemen Perdagangan RI. 2008. *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025*. Departemen Pedagangan RI, Jakarta.
- Dharmawati, Made. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation And Entrepreneurship: Practice And Principles*. New York: Harper and Row Publishers.
- Elizabeth, Chell. 2013. *Review of skill and the entrepreneurial process*. Small Business Research Centre. UK. Vol. 13. No. 1. P pp.6-31.
- Fatah, Ahmad Vian Abdul. 2013. *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing (Survey pada UKM Batik Deden Tasikmalaya)*, Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Indonesia. Bandung.
- Firmansyah, Diki. 2015. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung*.
- Fitriati, Rachma & Hermiati, T. (2010). *Entrepreneurial Skills and Characteristics Analysis on the Graduates of the Department of Administrative Sciences*. *Journal of Administrative Science and organization Fisip Universitas Indonesia*. Vol. 17. No. 3. pp. 262-275.
- Genova. 2002. *Mengenal Lebih Dekat Kewirausahaan*, Jurnal Ekonomi Perusahaan, STIE IIBI. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P. (1976). *Aptitude for creative thinking: One or many?. The Journal of Creative Behavior*.
- Hadiyati, Ernani. (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 13, Nomor 1, pp. 8–16.
- Henry, Faizal Noor. 2008. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M., (1998). *Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination*, *Journal of Marketing*. Volume 62, pp. 42 – 54.
- Hisrich, Robert D, Michael P. Peters, Shepherd. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

- Irawan, Ari. 2016. *Pengaruh Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Distro Anggota Kreative Independent Clothing Kommunity di Kota Bandung)*.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M., 2006, Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Erlangga, Jakarta.
- Lamb, C. W., Hair, J.F., McDaniel, C., 2001, *Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta.
- Machfoedz, I. (2004). *Menjaga Kesehatan Rumah Dari Berbagai penyakit*. Yogyakarta: Fitramaya.
- Nasution, Irna Arina. 2007. *Pengaruh Kreativitas dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kuliner di Komplek Mega Mas Asia Medan*.
- Nazir. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nuraizah, Siti. 2019. *Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Toko Rabbani Cabang Jambi*.
- Nelly, A. (2001). *New product quality and product development teams*. *Journal of Marketing*. Volume 64:111-123.
- Prakosa, B. (2005). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan*
- Marlius, D., 2017. *Usaha Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang*. *Jurnal Pundi*, Vol. 01, No. 01, Maret 2017
- Nurcaya, N., Rastini, N.M., 2020. *Sikap Keterampilan Wirausaha Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Usaha Produk Umkm*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 14, No.1, Februari 2020
- Limoputro, K.R., Waney, G., 2018. *Pengaruh Product Knowledge Dan Kualitas Produk Terhadap Usaha Produk Ngohiong Merek M&B*. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* Volume 2, Nomor 6, Februari 2018.
- Sari, T.F., 2018. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Usaha Produk Pond's Studi Kasus Pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara*. Skripsi UIN Sumatera Utara Terpublikasi.
- Desi., BS., Ponirin., 2017. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Pengetahuan Produk Terhadap Usaha Ulang Air Mineral Cleo Di Alfamidi Kota Palu*. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* Vol. 3, No. 2, Mei 2017, 145-150.
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M.N., 2019. *Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention (Penelitian Pada Pt. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)* *Business Management And Entrepreneurship Journal*, Volume 1, Nomor 3, September 2019
- Ramadhani, M.D., 2018. *Pengaruh Keterampilan Wirausaha Konsumen, Perceived Quality, Dan Brand Awareness Terhadap Proses Usaha Sepatu Olahraga Specs Pada Mahasiswa Anggota Ukm Olahraga Perguruan Tinggi Di Ciputat*. Skripsi Uin Syarif Hidayatullah Terpublikasi.
- Fauzi, F., dan Asri, R., 2020. *Pengaruh Keterampilan Wirausaha, Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Usaha Batik (Studi Pada Konsumen Di Wilayah Jakarta Barat)* *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Vol. 14 No. 2

- Desi., BS., Ponirin., 2017. *Pengaruh Citra Merek Dan Pengetahuan Produk Terhadap Usaha Ulang Air Mineral Cleo Di Alfamidi Kota Palu*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 3, No. 2, Mei 2017, 145-150
- Tjahjono, A., Samuel, H., Karina, R., Brahmana, M.R., 2013. *Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Usaha Online Pakaian Wanita*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, (2013) 1-9.
- Nasabi. 2017. *Pengaruh Keterampilan Wirausaha Konsumen Terhadap Persepsi Kualitas Dan Niat Beli Produk Ayam Taliwang (Studi Pada Rumah Makan Taliwang I Cakranegara)*. Jurnal Magister Manajemen. Vol. 6 No. 3 2017
- Darwis, E.D., 2017. *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar*. Skripsi UIN Alauddin Makassar Terpublikasi