

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI PASAR DAN *AFFILIATE MARKETING*
TERHADAP DAYA SAING ANTAR PENGUSAHA JEANS DI
HOME INDUSTRY KECAMATAN KEDUNGWUNI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

LAILA AMELIYA

4120096

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK,
ORIENTASI PASAR DAN *AFFILIATE MARKETING*
TERHADAP DAYA SAING ANTAR PENGUSAHA JEANS DI
HOME INDUSTRY KECAMATAN KEDUNGWUNI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:
LAILA AMELIYA

4120096

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laila Ameliya

NIM : 4120096

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, dan *Affiliate Marketing* Terhadap Daya Saing Antar Pengusaha Jeans di *Home Industry* Kecamatan Kedungwuni

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 19 Januari 2024

Yang menyatakan,



Laila Ameliya

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Laila Ameliya

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : **Laila Ameliya**
NIM : **4120096**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, dan *Affiliate Marketing* Terhadap Daya Saing Antar Pengusaha Jeans di *Home Industry* Kecamatan Kedungwuni**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 19 Januari 2024
Pembimbing,



Muhammad Taufiq Abadi, M.M
NIP. 199108282019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan Kab Pekalongan Kode Pos 51161
Website : www.febi.uingusdur.ac.id Email : febi.uingusdur@ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i :

Nama : **Laila Ameliya**
NIM : **4120096**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Orientasi
Pasar dan *Affiliate Marketing* Terhadap Daya Saing Antar
Pengusaha Jeans Di *Home Industry* Kecamatan
Kedungwuni**
Pembimbing : **Muhammad Taufiq Abadi, M.M**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 20 Maret 2024 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M
NIP 198205272011011005

Penguji II

Dwi Novaria Misidawati, M.M
NIP 198711282019032010

Pekalongan, 23 Maret 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199003 2 001

MOTTO

Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.

(QS. Al-Baqarah: 286)

Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu nanti bisa kau ceritakan.

(Boy Candra)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Tusmono, Ibu Amanati yang telah memberikan dukungan material, moral, motivasi serta semangat dan do'a kepada saya
2. Keluarga saya, terutama kakak Khorerotun Nisak dan kakak Muhammad Abi Niansyah yang memberikan dukungan material dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Dosen pembimbing skripsi Bapak Muhammad Taufiq Abadi, M.M yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat seperjuangan Dina Lutfiyana, Erika Dwi Septiani, dan Septiana Mufidah, serta teman-teman angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta memberikan kenangan selama masa perkuliahan.
5. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Dosen wali Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I yang telah menyetujui judul ini dari penelitian serta memberikan motivasi bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap kepada Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

LAILA AMELIYA. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, dan *Affiliate Marketing* Terhadap Daya Saing Antar Pengusaha Jeans di *Home Industry* Kecamatan Kedungwuni.

UMKM adalah usaha yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam pertumbuhannya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya pertumbuhan industri kecil menengah yang bergerak diberbagai bidang, salah satunya bidang konveksi jeans. Kunci utama pelaku usaha untuk memenangkan persaingan terletak pada keunggulan bersaing dan strategi persaingan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* kecamatan kedungwuni baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha konveksi jeans. Sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*, dengan teknik *Purposive Sampling* dan sampel sebanyak 75 responden.

Hasil penelitian menghasilkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni, inovasi produk tidak berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni, orientasi pasar berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni, dan *affiliate marketing* berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni.

Kata kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, *Affiliate Marketing*, dan Daya Saing

ABSTRACT

LAILA AMELIYA. The Influence of Product Quality, Product Innovation, Market Orientation, and Affiliate Marketing on Competitiveness Among Jeans Entrepreneurs in the Home Industry of Kedungwuni District.

MSMEs are businesses that play an important role in the Indonesian economy. MSMEs in Indonesia have experienced a significant increase in their growth. This is shown by the increasing growth of small and medium industries operating in various fields, one of which is jeans convection. The main key for business actors to win the competition lies in competitive advantage and competitive strategy.

This research was conducted to test and analyze the influence of product quality, product innovation, market orientation, and affiliate marketing on the competitiveness of jeans entrepreneurs in the Kedungwuni sub-district home industry, both partially and simultaneously. This type of research is survey research with a quantitative approach. The population in this study were jeans convection entrepreneurs. The sampling used was Non Probability Sampling, with Purposive Sampling technique and a sample of 75 respondents.

The results of the research show that product quality has a positive and significant effect on competitiveness among jeans entrepreneurs in the Kedungwuni District home industry, product innovation has no effect on competitiveness among jeans entrepreneurs in the Kedungwuni District home industry, market orientation influences competitiveness among jeans entrepreneurs in the Kedungwuni District home industry. Kedungwuni, and affiliate marketing influence the competitiveness between jeans entrepreneurs in the home industry of Kedungwuni District.

Keywords: Product Quality, Product Innovation, Market Orientation, Affiliate Marketing, and Competitiveness

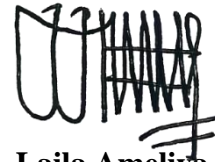
KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Muhammad Taufiq Abadi, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M dan Dwi Novaria Misidawati, M.M selaku dosen penguji skripsi
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan dukungan material dan moral
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini
10. Semua pihak yang turut adil dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

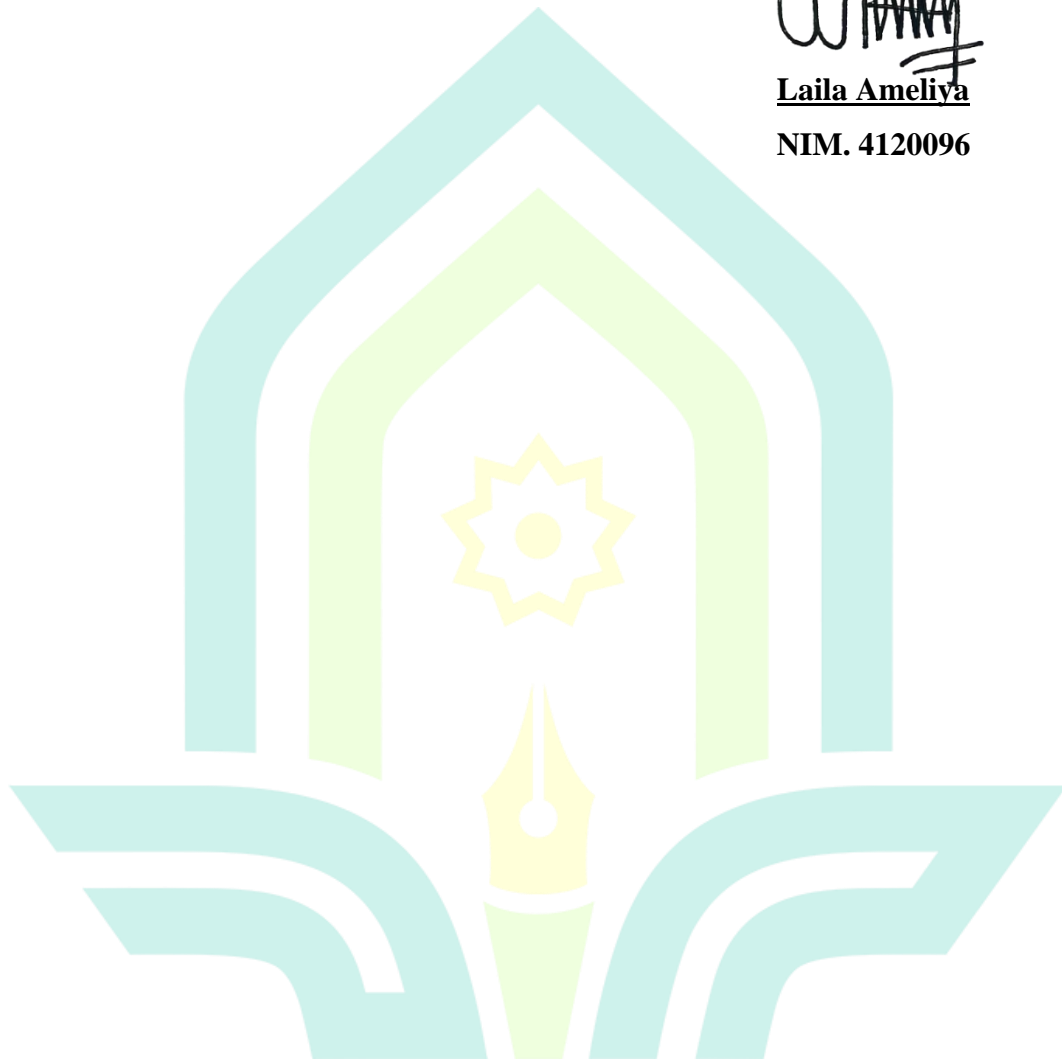
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Peklaongan, 19 Januari 2024



Laila Ameliya

NIM. 4120096



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori	12
B. Telaah Pustaka.....	24

C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METPDE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Setting Penelitian.....	36
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
E. Variabel Penelitian	38
F. Sumber Data	40
G. Teknik Pengumpulan Data	41
H. Metode Analisis Data	42
BAB IV ANALISIS DATA DANPEMBAHASAN.....	47
A. Deskripsi Data Objek Penelitian	47
B. Karakteristik Responden	47
C. Analisis Data	50
D. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge

ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

ي...ِ	Fathah dan ya	ai	a dan u
و...ِ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ِى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul
munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala

- البِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu

- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti

apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu
lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`anv

J. Tajwid

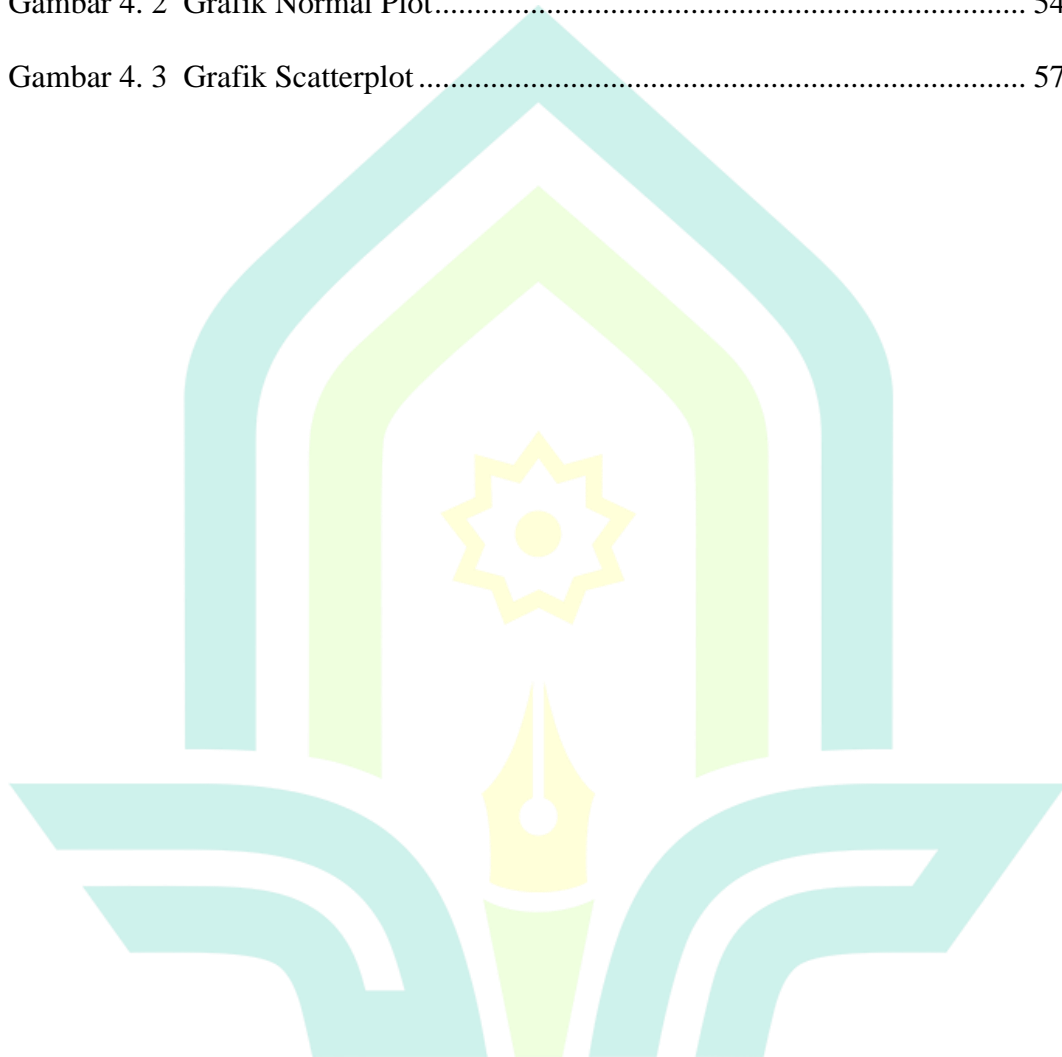
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Unit Usaha di Kabupaten Pekalongan.....	4
Tabel 1. 2 Sampel Persaingan Antar Pengusaha.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	41
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Modal Usaha	49
Tabel 4. 5 Uji Validitas Inovasi Produk.....	51
Tabel 4. 6 Uji Validitas Orientasi Pasar.....	51
Tabel 4. 7 Uji Validitas <i>Affiliate Marketing</i>	51
Tabel 4. 8 Uji Validitas Daya Saing.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. 1 Histogram Hasil Uji Normalitas.....	54
Gambar 4. 2 Grafik Normal Plot.....	54
Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	II
Lampiran 2 . Data Identitas Responden	VIII
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner	XII
Lampiran 4. Identitas Responden.....	XXII
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reabilitas.....	XXIII
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	XXIX
Lampiran 7. Uji Regresi Linier Berganda.....	XXXI
Lampiran 8. Uji Hipotesis	XXXI
Lampiran 9. R Tabel	XXXIII
Lampiran 10. T Tabel.....	XXXIV
Lampiran 11 F Tabel.....	XXXV
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	XXXVI
Lampiran 13 Similiarity Chacking.....	XXXVII
Lampiran14 Dokumentasi.....	XXXVIII
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup.....	XXXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam pertumbuhannya. Saat ini perkembangan UMKM di Indonesia terbilang sangat baik. Fenomena ini didasari permasalahan Indonesia yakni jumlah lapangan kerja dengan angkatan kerja tidak seimbang, maka dari itu banyaknya UMKM yang bermunculan. Selaras dengan hal tersebut dianggap sebuah kemajuan dengan banyaknya pelaku usaha akan membantu terhadap perekonomian negara dan memberikan lapangan pekerjaan (Sanjaya et al., 2020). UMKM menjadi salah satu bisnis yang mudah dilakukan dikarenakan tidak memerlukan syarat khusus seperti keterampilan kerja dan pendidikan. Meskipun demikian, pelaku usaha harus memiliki pola pikir yang unik, inovatif serta kreatif agar dapat mengembangkan bisnisnya. Terutama pada saat ini, dimana pasar terus tumbuh dan bergerak secara dinamis (Nabilah, 2022).

UMKM sangat penting dan juga mudah dilakukan oleh semua orang, mengakibatkan UMKM menjadi kesempatan usaha yang bagus untuk dilakukan. Namun hal tersebut mengakibatkan munculnya banyak persaingan dalam menjalankan suatu bisnis/usaha. Adanya persaingan tersebut mengakibatkan para pelaku usaha harus menghadapi berbagai macam ancaman serta peluang baik dari luar ataupun dalam. Kunci utama seorang usaha untuk memenangkan persaingan terletak pada keunggulan

bersaing. Hal ini ditunjukkan oleh meningkatnya pertumbuhan industri kecil menengah yang bergerak diberbagai bidang konveksi terutama dalam industri konveksi jeans. Konveksi dapat didefinisikan sebagai salah satu bisnis yang dianggap dapat meningkatkan pendapatan baik individu maupun pendapatan keluarga (Rahmadi et al., 2020).

Islam membahas tentang persaingan bisnis bahwa disarankan bagi semua manusia untuk berlomba-lomba dalam berbisnis, namun Islam juga menekankan bahwa bisnis diartikan sebagai kegiatan kebaikan bukan hal kemudharotan. Pesaing muslim dilarang terlibat dalam praktik tidak jujur atau tidak adil yang merugikan bisnis saingannya (Mutmainah, 2022).

Daya saing adalah kasanggupan suatu bisnis dalam bersaing dengan pesaing lainnya, tidak hanya dalam hal produksi melainkan juga dari kemampuan menghasilkan suatu produk yang berkualitas tinggi (Lestari et al., 2020). Berdasarkan permasalahan dalam persaingan maka setiap pelaku usaha harus memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi daya saing. Kualitas produk dimana para pembisnis berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumennya dengan memberikan baik itu pelayanan maupun kualitas yang terbaik untuk konsumennya agar dapat merasakan kepuasan dalam pembelian dari produk mereka (Jurnal et al., 2021).

Faktor berikutnya yang mempengaruhi daya saing yaitu inovasi produk merupakan proses mengembangkan peluang menjadi konsep yang bisa diterapkan. Inovasi lebih dari sekadar memiliki konsep yang bagus,

namun menjadi faktor penting dalam memberikan kontribusi nilai untuk memperoleh keunggulan bersaing dalam bisnis (Dahmiri et al., 2021).

Faktor yang mempengaruhi daya saing selanjutnya yaitu orientasi pasar dimana perusahaan menjadikan pasar sebagai tempat yang sangat penting untuk kelangsungan bisnis. Penerapan orientasi pasar akan meningkatkan daya saing. Orientasi pasar penting dalam mengembangkan dan mempertahankan keunggulan bersaing karena orientasi pasar berfokus pada kebutuhan pelanggan (Nabilah, 2022).

Faktor yang mempengaruhi daya saing lainnya yaitu *affiliate marketing*. Persaingan di dunia industri semakin lama semakin ketat seperti halnya pada industri konveksi jeans di Kecamatan Kedungwuni, beberapa pelaku usaha memanfaatkan dengan adanya pemasaran online, salah satunya yaitu *affiliate marketing*. Metode pemasaran online yang bertindak untuk menjualkan produk yang dimiliki oleh orang lain dan hasil keuntungan dibagi antara kedua belah pihak atau dapat dikatakan sebagai komisi (Misra et al., 2021).

Pekalongan merupakan salah satu daerah dengan pusat industri konveksi yang cukup banyak. Produk konveksi yang dihasilkan di daerah ini berupa batik, sarung, jeans, dan lain sebagainya (Alisabana, 2023). Adapun data jumlah unit usaha menurut jenis komoditi di Kabupaten Pekalongan:

Tabel 1. 1 Jumlah Unit Usaha di Kabupaten Pekalongan

Komoditi	Unit Usaha	Tenaga Kerja
Batik	645	4.475
Konveksi	5.112	25.270
Tailor	318	568
Tenun	55	12.400
Kain kasa	48	756
ATBM	45	489
Pencucian Jeans	39	404
Canting Cap	4	4
Alat olahraga	1	2
Tiangcor	1	4
Logam	2	2
Benang	6	2.876
Sablon	55	251
Bordir	48	152
Kluwung	11	24
Alas kaki	1	3
Cetakan roti	6	21
Kain Perca	8	25
Cobek	6	6
Perhiasan	9	52
Etalase kaca	4	28
Batusplit	2	4
Pandebesi	3	5
Bulu mata	1	35
Bengkel las	22	69
Kasur bantal	12	15
Jumlah	6.464	47.940

Sumber: (Dnas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan

UMKM Kabupaten Pekalongan 2022

Berdasarkan tabel di atas jumlah komoditi usaha di Kabupaten Pekalongan terbanyak yaitu usaha dengan presentase usaha sebesar 79% dengan penyerapan tenaga kerja 52%, dimana industri konveksi tersebar 19 kecamatan diseluruh Kabupaten Pekalongan. Kecamatan Kedungwuni

merupakan salah satu sentra jeans di Kabupaten Pekalongan, produksi konveksi jeans di Kecamatan Kedungwuni tersebar di 19 desa/kelurahan. Jumlah industri konveksi jeans yang banyak di Kecamatan Kedungwuni menjadikan persaingan antar pengusaha semakin ketat.

Tabel 1. 2

Sampel Persaingan Antar Pengusaha Jeans di Kecamatan Kedungwuni

No.	Aspek Perbandingan	Nama Toko		
		Larisso Jeans	Qwaiz Jeans	Zafaro Jeans
1.	Jenis bahan	Sakura	Libero	Bola mas
2.	<i>Fashion</i> (model)	Monoton	Model	Model
3.	Kerapian produk	Rapi	Rapi	Rapi
4.	Harga produk	Mahal	Mahal	Murah
5.	Pemasaran	<i>Offline</i> <i>Online</i>	<i>Offline</i> <i>Online</i>	<i>Offline</i> <i>Online</i>

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa walaupun ada beberapa perbedaan dari masing-masing pengusaha jeans di Kecamatan Kedungwuni, akan tetapi produk yang mereka jualbelikan tetap laku dipasaran. Baik produk yang berasal dari bahan yang berkualitas ataupun produk dari bahan biasa saja, untuk toko Larisso Jeans dan Qwaiz Jeans mereka dapat menjual produk mereka dengan laku dipasaran karena mereka menggunakan bahan yang bagus walaupun dari segi *fashion* itu monoton. Sedangkan toko Zafaro Jeans menjual produk dengan bahan yang tidak terlalu berkualitas tetapi toko tersebut tetap dapat mempertahankan pasar karena menjual produk dari harga murah yang pastinya diminati oleh semua kalangan. Kesimpulan dari data di atas bahwa dari semua toko bisa mempertahankan pasar mereka

walaupun dengan persaingan yang ketat karena mereka mempunyai pasar/lapaknya masing-masing.

Industri konveksi jeans adalah usaha yang umum dilakukan di Kecamatan Kedungwuni, persaingan bisnis jeans yang pesat ternyata tidak mampu mengimbangi meningkatnya persaingan. Pengusaha jeans di Kecamatan Kedungwuni melakukan pemasaran yang berbeda-beda, masih ada beberapa pengusaha yang menggunakan metode pemasaran secara langsung ke pasar dan ada beberapa pengusaha juga yang menggunakan metode pemasaran secara offline dan online dengan memanfaatkan teknik *affiliate marketing*. Percampuran teknik tersebut lebih efektif dan akan mengalami tingkat penjualan yang meningkat (Ardiyansyah & Abadi, 2023).

Bisnis semakin pesat dan daya saing antar pengusaha juga semakin ketat, maka dalam membangun kembali keunggulan bersaing dalam bisnis konveksi jeans diperlukan perhatian yang khusus. Fenomena yang saat ini terjadi dalam industri konveksi jeans yaitu hanya produksi, pemasaran, dan ekonomi (Nurhayati et al., 2023). Kemudian berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan adanya kesenjangan *literature (Research Gap)* yang berbeda antara teori dan fakta dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian berbeda-beda juga menunjukkan adanya kesenjangan mengenai kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* terhadap daya saing.

Penelitian (Oktaviasari & Sari, 2021) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Namun, terdapat kesenjangan penelitian oleh (Rifaldi Permana Putra, 2020) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap daya saing. Penelitian dari (Dewi et al., 2022) inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Namun, terdapat perbedaan hasil penelitian inovasi produk oleh (Rahmadi et al., 2020) inovasi produk tidak berpengaruh terhadap daya saing. Penelitian dari (Maylista et al., 2022) orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Namun, terdapat perbedaan penelitian oleh (Rini et al., 2020) orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap daya saing. Pembaharuan atau *novelty* dari penelitian ini yaitu dengan adanya variabel *affiliate marketing*, dimana variabel tersebut belum ada yang meneliti dengan topik yang sama mengenai persaingan atau daya saing pengusaha konveksi jeans.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak semua kejadian empiris sesuai dengan teori sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* kecamatan kedungwuni.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dibuat permasalahannya yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni?
3. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni?
4. Apakah *affiliate marketing* berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni?
5. Apakah kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar dan *affiliate marketing* secara simultan berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industri* Kecamatan Kedungwuni
2. Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industri* Kecamatan Kedungwuni

3. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni
4. Untuk mengetahui apakah *affiliate marketing* berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni
5. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar dan *affiliate marketing* secara simultan berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk melengkapi kajian teoritis tentang daya saing yang khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* di *home industry* konveksi jeans Kecamatan Kedungwuni.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat memberikan informasi, pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar dan *affiliate marketing* terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni.

b. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang pemasaran produksi konveksi jeans.

c. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan evaluasi dan masukan bagi pelaku usaha tentang pengaruh kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar dan *affiliate marketing* terhadap daya saing di *home industry* konveksi jeans Kecamatan Kedungwuni.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah alur yang digunakan dalam suatu penelitian yang akan diteliti. Pada penelitian ini disusun dari beberapa bab yang bertujuan untuk memudahkan dalam penelitian. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) bab yang telah disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam pendahuluan terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Di dalam landasan teori terdiri dari teori-teori mengenai kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, pemasaran online, dan daya saing, telaah pustaka yaitu penelitian terdahulu, kerangka

berpikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

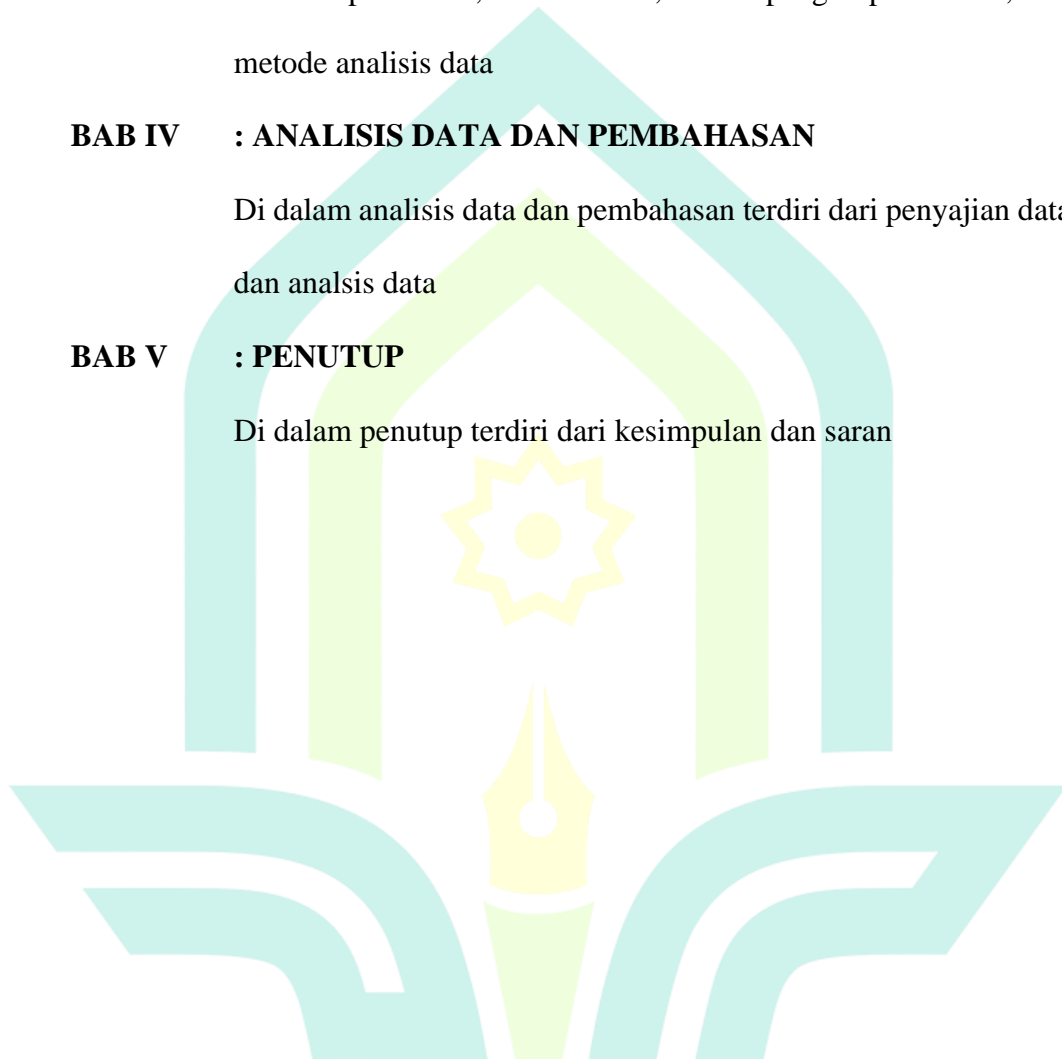
Di dalam metod epenelitian terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Di dalam analisis data dan pembahasan terdiri dari penyajian data dan analisis data

BAB V : PENUTUP

Di dalam penutup terdiri dari kesimpulan dan saran



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dibahas mengenai pengaruh kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* terhadap daya saing, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di Kecamatan Kedungwuni. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 1.997 > t_{tabel} 1.993$ dengan signifikansi $0.050 = 0.05$ maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Inovasi produk tidak berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di Kecamatan Kedungwuni. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 1.154 < t_{tabel} 1.993$ dengan signifikansi $0.252 > 0.05$ maka H_02 diterima dan H_{a2} ditolak.
3. Orientasi pasar berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di Kecamatan Kedungwuni. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 2.212 > t_{tabel} 1.993$ dengan signifikansi $0.030 > 0.05$ maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima.
4. *Affiliate marketing* berpengaruh terhadap daya saing antar pengusaha jeans di Kecamatan Kedungwuni. Hal ini dapat dibuktikan nilai $t_{hitung} 3.371 > t_{tabel} 1.993$ dengan signifikansi $0.001 > 0.05$ maka H_04 ditolak dan H_{a4} diterima.

5. Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* terhadap daya saing antar pengusaha jeans di *home industry* Kecamatan Kedungwuni. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 35.085 > F_{tabel} 2.74$ dan nilai signifikansinya $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa secara simultan variabel kualitas produk, inovasi produk, orientasi pasar, dan *affiliate marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing di *home industry* jeans di Kecamatan Kedungwuni.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian tersebut, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha harus memahami bahwa perkembangan zaman yang terus meningkat dan tren pasar yang berubah-ubah, maka suatu bisnis perlu menerapkan inovasi produk dengan menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada sehingga lebih menarik bagi konsumen, dengan begitu usaha konveksi jeans akan terus berkembang dan dapat meningkatkan persaingan bisnis.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan topik yang sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain untuk mengkaji yang berhubungan dengan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- A'isah, S. N. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Agustian, E., & Mutiara, I. (2023). Penerapan Strategi Generik Porter untuk peningkatan persaingan Bisnis Rich Fried Chicken di Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), 25–35. <https://doi.org/10.34012/jebim.v4i2.3309>
- Alisabana, S. (2023). *Strategi pemasaran pada industri konveksi jeans di dukuh ceper desa sembungjambu kabupaten pekalongan*. 1–7.
- Aminatus Zahriyah, SE, M. S., Suprianik, S.E., M. S., Agung Parmono, S.E., M. S., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika*. Mandala Press.
- Angio, D. N., Machmud, R., & Niode, I. Y. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi Citra Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Hotel Eljie Syariah Gorontalo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14222>
- Ani, L. N. (2020). ... Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2005, 2076–2086. <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/982>
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). *WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN The Impact of Service Quality , Price Perception , and Word of Mouth on Repurchase Intention with Muslim Consumer Satisfaction as a Mediator*. XVI(1), 79–90. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>
- Arisandi, D., & Taufiq, M. (2022). *Investasi : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Peran Digital Marketing dan Etika Bisnis Islam Dalam Melangkitkan Bisnis*. 2(2), 50–56.

- Arsyillah, P. (2022). *Pengaruh Affiliate Marketing, Perceived Price dan Lifestyle Terhadap Purchasing Decision Dengan Mental Accounting Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Surabaya).*
- Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Training Dan Kemampuan Manajemen Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(1), 139–154. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.9643>
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Khalik, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 434. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.401>
- Damayanti, M. (2022). *Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Perspektif Raden Intan Lampung Ta 2022m / 1443 M Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , i.*
- Dewi, L. K. C., Antari, S., & Yuni, H. K. (2022). Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(2), 94–101. <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i2.94-101>
- E.Porter, M. (2007). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Karisma Publishing Group.
- Ernawati, S., & Kurniawati, U. (2020). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Steak House Noodles. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 112. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.399>
- Fadhilah, L. A., Wulandari, C., & Afni, S. N. (2022). Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. : : *Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 3(2). <https://doi.org/10.4135/9781452229669.n147>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk,

- dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684>
- Fatahillah, L. A., Sunarya, E., & Jhoansyah, D. (2023). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada IKM Konveksi Di Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi. *Management Studies & Entrepreneurship Journal*, 4(december 2022), 61–66.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2011a). *Aplikasi Analisa Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>
- Hendri, H. (2021). Analisis Pendapatan, Daya Saing dan Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Usaha Peternakan Sapi Perah Rakyat di Kabupaten Pelalawan. *JIP (Jurnal Industri Dan Perkotaan)*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.31258/jip.17.1.1-8>
- Jurnal, H., Akbar, W., Tarantang, J., & Mirnawati, E. (2021). Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya. *Maret*, 1(1), 96–105.
- Kawiana, I. G. P., & Dewi, L. K. C. (2019). Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bali. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(3), 148–159. <https://doi.org/10.31940/jbk.v15i3.1623>

- Kencana, P. A. P., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Buletin Studi Ekonomi*, 26(2), 177. <https://doi.org/10.24843/bse.2021.v26.i02.p03>
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Busines Management and Entrepreneurship Journal*, 2, 38–48.
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., Raintung, M. C., Orientasi, P., Dan, P., Produk, I., Kinerja, T., Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintung, M. C. (2023). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening*. 11(1), 486–499.
- Maylista, S., Ekonomi, F., & Riau, U. (2022). *PEMASARAN*. 01(2), 167–178.
- Misra, I., Zakiah, Z., & Sukmana, E. T. (2021). Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron. *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 94. <https://doi.org/10.31602/iqt.v7i2.5629>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Muhammad Nuskan Abdi, W. A. Su. (2023). Analisis Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Seminal Nasional Ekonomi Bisnis*, 1(1), 146–164.
- Mutmainah, I. (2022). *Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Daya Saing Usaha Konveksi di Kota Bukittinggi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. UIN SUKA RIAU.
- Nabilah, T. (2022). Pengaruh Market Orientation, Inovasi, Learning Orientation Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Roti di Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 454–463. <https://jurnal.tunggatama.co.id/index.php/jebidi/article/view/114%0Ahttps://j>

urnal.tunggatama.co.id/index.php/jebidi/article/download/114/50

- Noviah Munthe, Y., & Daim Harahap, R. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Inovasi Berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 118–132. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/5055%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/5055/3316>
- Nurhayati, N., Kristianti, I., & Permatasari, C. L. (2023). Penggunaan Analisis SWOT dan Uji Litmus dalam Menentukan Strategi Pengelolaan Modal untuk Peningkatan Produksi UMKM Ina Konveksi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 100–116. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i1.7817>
- Oktaviasari, D. N., & Sari, D. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*.
- Prathama, M. F., Putra, R. I., Dahroni, A., & Putra, E. (2021). Penerapan Metode Pemasaran Affiliate Pada Digital Marketing Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru. *Intek*, 4(1), 52–57.
- Priharti, R. D. V, Herlina, T., & Hakiki, N. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Kreatif Pt. Semen Baturaja. *Kolegial*, 9(1), 45–59. <http://journals.stiedwisakti.ac.id/ojs/index.php/kolegial/article/view/149%0Ahttp://journals.stiedwisakti.ac.id/ojs/index.php/kolegial/article/download/149/116>
- Prof.Dr.H.M.Sidik Priadana, M. ., & Denok Sunarsi S.Sd., M.M., Ch. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Book.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Rahmasari, L. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan

- Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan Ikan di Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 21–30. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.174>
- Rahmawati, N. F. (2022). *Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Rifaldi Permana Putra. (2020). Kualitas Produk Dan Keberlangsungan Pasokan Pengaruhnya Terhadap Daya Saing Nanas "Si Madu". *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 21216291.
- Rini, Lisnini, Maretha, F., & Pebrianti, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 15–26. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>
- Ristya, W. (2011). Uji Validitas dan Reabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognic (JKG Unej)*, 8(1), 27–34.
- Riswan, M. S., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Smartphone Merek Iphone Apple di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 272–280. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34635>
- Rosyida, R. H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Paragon Technology And Innovation Di Yogyakarta. *01, γ787(8.5.2017)*, 2005–2003. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/38901>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., Hakim, M. A., & Alexandri, M. B. (2020). Analisis peluang bisnis jasa fotografi "garis photography" dengan business model canvas dan analisis swot. *Kinerja*, 17(2), 202–207. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7429>

- Sari, S. D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Jaringan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Ikm Rotan Di *Jiagabi*, 9(1), 85–93. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6127>
- Soleha, P., Indrawati, H., & Caska. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Makanan Olahan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti. *Pekbis Jurnal*, 14(2), 71–79.
- Subagja, I. K. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.525>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PUSTAKABARUPRESS.
- Sutrischastini, A., Gusti, Y. K., Kurniawan, J., & Laksamana, A. (n.d.). *Upaya Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Bisnis*. 2(1), 25–31.
- Wahono, R. M., & Masykuroh, E. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso. *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 156–172.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Lampiran 15

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Laila Ameliya
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 14 Mei 2002
3. Alamat : Ds. Pakisputih Dk. Plutungan, Rt.001 Rw/002,
Kec. Kedungwuni, Kab. Pekalongan Jawa Tengah
4. Nomor *Handphone* : 085526282936
5. Email : lailaameliya02@gmail.com
6. Nama Ayah : Tusmono
7. Pekerjaan Ayah : Buruh
8. Nama Ibu : Amanati
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 1 Pakisputih (2008-2014)
2. SMP : SMPN 1 Kedungwuni (2014-2017)
3. SMK : SMKN 1 Kedungwuni (2017-2020)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. UKM-F Kewirausahaan, anggota 2022.

Pekalongan, 19 Januari 2023



Laila Ameliya