PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA WARUNG KOPI FREE WIFI DI KECAMATAN WATES

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memeperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Manajemen

OLEH :

PUJI MUSTOFA ARIFUDIN

NPM : 12.1.02.02.0401

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh:

Puji Mustofa Arifudin
NPM : 12.1.02.02.0401

Judul:

PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA WARUNG KOPI FREE WIFI DI KECAMATAN WATES

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal : 28 Juli 2016

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Ema Nurzainul. H S.E.,M.M	**Rino Sardanto, S.Pd.,M.Pd**
NIDN. 0727 127801	**NIDN. 0730 127403**

ii

Skripsi oleh :

Puji Mustofa Arifudin

NPM : 12.1.02.02.0401

Judul:

PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA WARUNG KOPI FREE WIFI DI KECAMATAN WATES

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 09 Agustus 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. **Ketua : Ema Nurzainul. H, S.E.,M.M** : _____
2. **Penguji I : Dr. H. Samari** : _____
3. **Penguji II : Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd** : _____

Mengetahui,

Dekan FE

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo

NIDN. 0717 066601

iii

PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN MEDIA PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA WARUNG KOPI FREE WIFI DI KECAMATAN WATES

Puji Mustofa Arifudin
12.1.02.02.0401
Fakultas Ekonomi – Program Studi Manajemen
Nyip72@gmail.com
Ema Nurzainul. H, S.E., M.M dan Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa dalam mencapai keberhasilan usaha perlu adanya strategi dalam memaksimalkan segala potensi yang ada. Untuk dapat mencapai suatu keberhasilan, wirausaha harus memiliki kreativitas tinggi agar mampu menciptakan inovasi baru terhadap usaha yang dijalankan, serta mampu mengenalkan produk atau usaha kepada konsumen, terlebih lagi saat ini banyak sekali kompetitor yang harus diperhatikan. Permasalahan pada penelitian ini adalah (1) Apakah ada pengaruh antara kreativitas terhadap keberhasilan usaha warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates? (2) Apakah ada pengaruh antara inovasi terhadap keberhasilan usaha warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates? (3) Apakah ada pengaruh antara media promosi terhadap keberhasilan usaha warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates? (4) Apakah ada pengaruh antara kreativitas, inovasi dan media promosi secara simultan terhadap keberhasilan usaha warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode pengumpulan data pembagian kuesioner, wawancara, dan observasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling jenuh* dengan jumlah 17 responden warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates. Analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software *SPSS for windows versi 20*.

Berdasarkan hasil penelitian uji parsial diperoleh : (1) Hasil uji t diperoleh t_{hitung} 3,418 dengan signifikansi 0,005 yang berarti kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. (2) Hasil uji t diperoleh t_{hitung} 7,740 dengan signifikansi 0,000 yang berarti inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. (3) Hasil uji t media diperoleh t_{hitung} -0,586 dengan signifikansi 0,568 yang berarti media promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. (4) Sedangkan secara simultan diperoleh F_{hitung} sebesar 50,840 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, dengan demikian diperoleh hasil yang menyatakan bahwa kreativitas, inovasi dan media promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Kata Kunci : Kreativitas, Inovasi, Media Promosi, Keberhasilan Usaha

LATAR BELAKANG

Kewirausahaan merupakan tindakan seseorang untuk menciptakan usaha/bisnis atas peluang dan kemampuan yang dimiliki. Fenomena berwirausaha saat ini semakin marak yaitu dilihat dari banyaknya unit-unit bisnis/usaha baru yang bermunculan dengan berbagai keunggulan yang dimiliki. Semakin banyaknya masyarakat yang memilih berwirausaha tentu disebabkan oleh berbagai macam faktor. Jumlah pengangguran yang semakin meningkat dikarenakan lapangan kerja yang tidak sebanding dengan calon pekerja, serta sulitnya mencari pekerjaan yang sesuai dengan harapan merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap fenomena ini, sehingga berwirausaha menjadi salah satu solusi dari kondisi yang ada.

Berwirausaha merupakan suatu upaya yang dilakukan seseorang untuk mengelola atau mengembangkan usahanya baik dalam skala besar, menengah ataupun kecil tanpa ada unsur jabatan atau pemerintahan. Tujuan utama dari berwirausaha adalah mencapai keberhasilan bisnis/usaha. Faizal Henry (2012:201) dalam Pamungkas (2014:17), keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah "keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis/usaha".

Selain itu kebehasilan usaha dapat dilihat dari peningkatan modal, jumlah produksi, pelanggan, perluasan usaha dan perbaikan sarana fisik dari usaha yang dijalankan. Untuk mencapai keberhasilan usaha tersebut ada banyak faktor yang dapat dimaksimalkan seorang wirausaha diantaranya yaitu memaksimalkan kreativitas yang telah dimiliki, menciptakan inovasi-inovasi baru dan mampu memilih media promosi sebagai alat dan sarana untuk menginformasikan usaha yang telah dijalankan.

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berfikir kreatif untuk menciptakan sesuatu. Zimmerer dalam Suryana (2010:211), mengatakan "kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, akan tetapi juga sangat penting untuk mencapai keberhasilan suatu bisnis". Berfikir kreatif akan mempermudah seseorang wirausaha dalam berinovasi dan memperbaiki hasil kreasi yang telah ada.

Sedangkan inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Larsen and Lewis (2007) dalam Ernani (2011:11), menyatakan bahwa "salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan untuk meraih

kesuksesan usaha/bisnis adalah kemampuan dalam melakukan inovasi". Semangat berinovasi wirausaha dapat menciptakan produk baru dan dapat meningkatan nilai produk yang sudah ada sebelumnya.

Selain kreativitas dan inovasi yang harus dimiliki seorang wirausaha, faktor lain yang dapat dimaksimalkan untuk meraih keberhasilan suatu usaha/bisnis adalah pemilihan media promosi. Media promosi digunakan sebagai sarana atau alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan wirausaha, dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat usaha yang dijalankan.

Media promosi merupakan suatu sarana atau alat yang bersifat menyalurkan pesan dan dapat merangsang pikiran, perasaan dan kemauan konsumen sehingga dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu pembelian. Kotler (2012:256), mengatakan bahwa "media dapat menentukan sampai tidaknya suatu pesan yang disampaikan kepada target (konsumen) karena media merupakan bagian terpenting dari periklanan". Untuk meningkatkan kebehasilan suatu usaha/bisnis, media yang akan digunakan haruslah tepat dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan,

Warung kopi merupakan bentuk usaha yang banyak di masyarakat. Keberadaan usaha ini merupakan dampak dari "*trend"* masyarakat yang gemar "*ngopi*". Terlebih usaha ini semakin berkembang dari waktu kewaktu. Warung kopi *free wifi* merupakan inovasi usaha warung kopi yang menyediakan fasilitas internet gratis untuk para konsumennya. Terdapatnya kompetitor membuat pemilik usaha ini berlomba-lomba memberikan inovasi-inovasi baru untuk menambah nilai dan mendapatkan konsumen agar dapat mencapai keberhasilan usahanya. Bentuk inovasi yang dilakukan antara lain konsep tempat yang terapkan, inovasi produk dari makanan dan minuman serta inovasi lain sebagai tujuan menghadapi persaingan usaha dan mencapai keberhasilan usaha yang dijalankan. Selain itu banyaknya media promosi yang dapat dipilih dan digunakan pada usaha ini membuat pemilik usaha harus cermat dan tepat dalam memilih media promosi yang diguanakan. Pemlihan media yang tepat diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan mencapai keberhasilan usaha yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Media Promosi terhadap Keberhasilan Usaha pada Warung Kopi Free Wifi di Kecamatan Wates".**

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil pengukuran yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka, yang meliputi skor nilai dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden.

Teknik Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, menjelaskan hubungan temasuk pengaruh dari variabel-variabel dengan menganalisis data numerik/angka yaitu menggunakan statistik melalui pengujian hipotesa.

Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini tempat penelitian dilakukan di Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri, dikarenakan peneliti tertarik terhadap *trend* yang sedang terjadi yaitu mengenai maraknya warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2016 berdasarkan pengerjaan skripsi mulai dari awal pengajuan judul bulan April sampai dengan bulan Juli 2016.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh usaha warung kopi yang menggunakan layanan internet gratis atau dapat dikatakan *free wifi* di Kecamatan Wates. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah populasi usaha warung kopi *free wifi* yang ada di Kecamatan Wates sebanyak 17 usaha warung kopi *free wifi*.

Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *sampling jenuh*. Menurut Sugiyono samping jenuh merupakan teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 17 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Cara atau teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data adalah sebagai berikut:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden
   melalui beberapa cara sebagai berikut :
   a. Angket atau Kuesioner
      Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2013:142).
   b. Wawancara
      Menurut Sugiyono (2013:130), wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data dengan sebuah dialog yang dilakukan oleh peneliti langsung kepada informan atau pihak yang berkompeten dalam suatu permasalahan.
   c. Observasi
      Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan dengan sistem terhadap segala sesuatu yang dimiliki. Adapun observasi yang peneliti lakukan adalah dengan melakukan peninjauan secara langsung ketempat pengamatan.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi misalkan data yang diperoleh dari situasi internet dan data lainya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti kepada informan atau pihak yang berkompeten dalam suatu permaalahan.

Pengujian Instrumen Penelitian

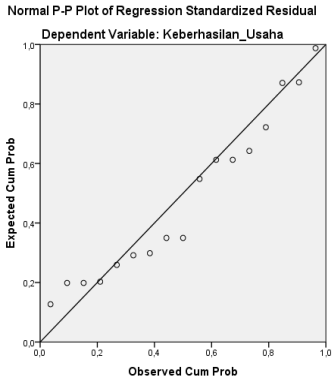
1. Uji Validitas
   Menurut Solimun dalam Sani, dkk (2010:249) menyatakan bahwa uji validitas menunjukan sejauh mana satu alat ukur menjunjukan apa yang ingin diukur. Tujuanya yaitu untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner
2. Uji Reliabilitas
   Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu Pada penelitian ini kriteria pengujian adalah jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), maka menunjukkan bahwa ukuran yang dipakai sudah reliabel. Untuk menentukan reabilitas terhadap butiran-butiran pertanyaan variabel dilakukan pengujian dengan program SPSS.

Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Diperoleh hasil sebagai berikut :



Dari analisis kurva dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar dan mengikuti garis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Diperoleh hasil sebagai berikut :

Uji Multikolinearitas

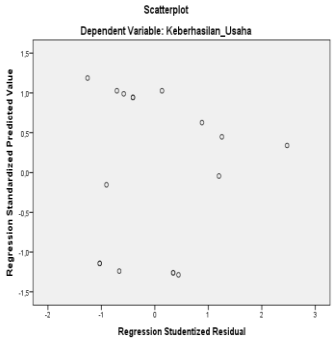
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,497	2,010
,670	1,493
,559	1,790

Sumber : Data diolah dari program spss 20

Hasil output data didapatkan bahwa nilai dari semua VIF < 10 dan nilai dari *Tolerance* > 0,1 sehingga dapat dikatakan bahwa uji multikolinearitas telah terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Didapatkan hasil sebagai berikut :



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi hetroskedastisitas, sebab tidak ada pola tertentu atau pola yang teratur/jelas di dalam gambar diatas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value[a]	,16672
Cases < Test Value	8
Cases >= Test Value	9
Total Cases	17
Number of Runs	10
Z	,015
Asymp. Sig. (2-tailed)	,988

a. Median

Sumber : Data diolah dari program spss 20

Hasil *Runs Test* menunjukan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,988, sehingga nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,988 > 0,05, sehingga uji autokorelasi terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 20,0 dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian dijelaskan pada tabel berikut :

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,193	3,135	
	Kreativitas	,554	,159	,377
	Inovasi	,799	,103	,735
	Media_promosi	-,103	,175	-,061

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.8 diatas maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 1{,}193 + 0{,}554\ X_1 + 0{,}799\ X_2 - 0{,}103\ X_3}$$

Artinya :

1) a = 1,193 : artinya apabila kreativitas (X_1) dan inovasi (X_2) dan media promosi (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0) maka keberhasilan usaha adalah sebesar 1,193.
2) b1 = 0,554 : artinya apabila kreativitas (X_1) naik 1 (satu) satuan, sedangkan inovasi (X_2) dan media promosi (X_3) tetap, maka keberhasilan usaha akan naik sebesar 0,554 satuan.
3) b2 = 0,799 : artinya apabila inovasi (X_2) naik 1 (satu) satuan sedangkan kreativitas (X_1) dan media promosi (X_3) tetap, maka keberhasilan usaha akan naik sebesar 0,799 satuan.
4) b3 = -0,103 : artinya apabila media promosi (X_3) naik 1 (satu) satuan sedangkan kreativitas (X_1) dan inovasi (X_2) tetap, maka keberhasilan usaha akan turun sebesar 0,103 satuan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut ini:

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,960[a]	,921	,903	1,304	2,283

a. Predictors: (Constant), Media_promosi, Inovasi, Kreativitas
b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Data diolah dari program spss 20

Nilai R 0,960, menunjukkan hubungan variabel bebas dan variabel terikat kuat. Nilai *R Square* 0,921. Hal ini menunjukkan kreativitas, inovasi dan media promosi mampu mempengaruhi variabel keberhasilan usaha sebesar 92,1%. Masih ada variabel lain sebesar 7,9% yang menjelaskan variabel keberhasilan usaha akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji pengaruh secara parsial)

Hasil dari pengujian secara parsial (t) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	,381	,710
	Kreativitas	3,418	,005
	Inovasi	7,740	,000
	Media_promosi	-,586	,568

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Data diolah dari program spss 20

Berdasarkan perhitungan diatas maka diketahui bahwa :

1) Variabel kreativitas memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,418 sementara t_{tabel} (α/3;17) sebesar 2,110 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau nilai signifikansi kreativitas sebesar 0,005 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1diterima, membuktikan bahwa kreativitas (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2) Variabel inovasi memperoleh nilai $_{thitung}$ sebesar 7,740, sementara $_{ttabel}$ (α/3;17) adalah sebesar 2,110 yang berarti $_{thitung} < _{ttabel}$. atau dari perhitungan signifikansi inovasi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya$_{H0}$ ditolak dan $_{H1}$ diterima. Berdasarkan perhitungan diatas membuktikan bahwa inovasi (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
3) Variabel media promosi memperoleh nilai $_{thitung}$ sebesar -0,586 sementara $_{ttabel}$ (α/3;17) sebesar 2,110 yang berarti $_{thitung} < _{ttabel}$.. Nilai signifikansi media promosi sebesar 0,568 > 0,05 yang artinya $_{H0}$ diterima dan $_{H1}$ ditolak, sehingga membuktikan bahwa media promosi (X_3) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2. Uji F (Uji simultan)

Hasil pengujian secara simultan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

ANOVA[a]

Model	F	Sig.
Regression	50,840	,000[b]
Residual		
Total		

a.DependentVariable:Keberhasila Usaha
b. Predictors: (Constant),Media_promosi, Inovasi, Kreativitas

Sumber : Data diolah dari program spss 20

Nilai signifikansi F. sebesar 0,000, sehingga sig. F < 0,05 atau 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini membuktikan bahwa secara bersama-sama (simultan) kreativitas (X_1), inovasi (X_2) dan media promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).

Kesimpulan

Dari hasil pengujian statistik dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara signifikan antara kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates.
2. Terdapat pengaruh secara signifikan antara inovasi terhadap keberhasilan usaha pada warung kopi *free wifi* di KecamatanWates.
3. Tidak ada pengaruh secara signifikan antara media promosi terhadap keberhasilan usaha pada warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates.
4. Secara simultan terdapat pengaruh secara signifikan antara kreativitas, inovasi dan media promosi terhadap keberhasilan pada usaha warung kopi *free wifi* di Kecamatan Wates.

DAFTAR PUSTAKA

Alfarisi, Raisan. 2013. "*Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Survei Terhadap Para Pengusaha di Industri Rajut Binong Jati Bandung)".* Skripsi Universitas Pendidikan Indonesia. Tersedia di http://repository.upi.edu/id/eprint/154, diunduh pada 10 April 2016.

Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta : Rineka Cipta.

Basu Swasta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta : Liberti.

Buchari, Alma. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadiyati, Ernani. 2011. "*Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil".* Jurnal Universitas Gajayana Malang. Tersedia di http://download.portalgaruda.org/article.php?article=7970&val=562 , diunduh pada 10 April 2016.

Kasali, Rhenald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, Philip dan Gary A. 2012. *Dasar–Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid I. Jakarta : PT. Indeks Kel. Gramedia.

Kusuma, Dewi, dkk 2010. "*Pengaruh Kreativitas dan Perilaku Inovatif terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi)".* Jurnal Universitas Negeri Jember (UNEJ). Tersedia di http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/69076/DEWI%20KUSUMA%20RAHMAN.pdf?sequence=1, diunduh pada 10 April 2016.

Lestari, Fitria. 2010. *"Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung"*. Jurnal Unikom. Tersedia di http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/619/jbptunikompp-gdl-fitrialest-30916-11-pengaruh-r.pdf, diunduh pada 10 April 2016.

Moko, P . Astamoen. 2005. *Entrepreneurship*. *Dalam Prespektif Kondisi Bangsa Indonesia*. Bandung : Alfabeta.

Pamungkas, Rizky. 2014. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang Usaha Waralaba* (*Study Kasus pada Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang)"*. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang. Tersedia di http://eprints.undip.ac.id/43661/1/16_pamungkas.pdf, diunduh pada 12 Juni 2016.

Santoso, Teguh. 2011. *Marketing Strategic, Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Yogyakarta : Oryza

Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Jakarta. Salemba Empat.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta.

Sukmadi, dkk. 2008. *Menjadi Wirausaha Handal*. Bandung : Alfabeta.

Suryana, Yuyus & Bayu, Kartib. 2010. *Kewirausahaan. Pendekatan Karkteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Susanto, Agus. 2013. "*Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karang Mlati Demak*. Skripsi Universitas Negri Semarang. Tersedia di http://lib.unnes.ac.id/18429/1/7350408092.pdf, diunduh pada 10 September 2015.