

PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN HARGA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA CARWASH DI KOTA MEDAN SUMATERA UTARA

Rahmad Ridwan Rambe¹, Munandar², M. Subhan³, Naufal Bachri⁴

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Malikussaleh, Indonesia ^{1,2,3,4}

Corresponding Author: rahmad.210450039@mhs.unimal.ac.id¹

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of creativity, innovation, and price on the business success of carwash enterprises in Medan City, North Sumatra. The carwash industry in Medan has grown rapidly alongside the rising number of motor vehicles, yet this growth comes with tighter competition among the 103 carwash businesses spread across 21 sub-districts, making creativity, innovation, and pricing strategy central issues for business survival. This study applies a quantitative approach using non-probability sampling, involving 100 carwash business owners in Medan City, with the minimum sample size estimated through the Hair formula. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS 27. The results show that creativity has a positive and significant effect on business success ($B = 0.746$, $t = 8.174$, $sig = 0.000$), innovation has a positive and significant effect ($B = 0.185$, $t = 1.018$, $sig = 0.011$), and price has a positive and significant effect ($B = 0.362$, $t = 2.439$, $sig = 0.017$). The three independent variables together explain 79.0% of the variance in business success, reflected in an R Square value of 0.790 and an Adjusted R Square of 0.784. These findings suggest that creativity is the most decisive factor among the three, followed by price and innovation, in shaping the success of carwash businesses in Medan.

Keywords: *creativity, innovation, price, business success, multiple linear regression.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kreativitas, inovasi, dan harga terhadap keberhasilan usaha carwash di Kota Medan, Sumatera Utara. Industri carwash di Medan berkembang pesat seiring meningkatnya jumlah kendaraan bermotor, namun pertumbuhan ini juga dibarengi persaingan yang semakin ketat di antara 103 pelaku usaha carwash yang tersebar di 21 kecamatan, sehingga kreativitas, inovasi, dan strategi penetapan harga menjadi isu penting bagi keberlangsungan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik non probability sampling, melibatkan 100 pelaku usaha carwash di Kota Medan, dengan estimasi ukuran sampel minimal dihitung memakai rumus Hair. Data dikumpulkan lewat kuesioner berskala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagirism checker no 80

Copyright: author

Publish by: musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha ($B = 0,746$, $t = 8,174$, $sig = 0,000$), inovasi berpengaruh positif dan signifikan ($B = 0,185$, $t = 1,018$, $sig = 0,011$), dan harga berpengaruh positif dan signifikan ($B = 0,362$, $t = 2,439$, $sig = 0,017$). Ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 79,0 persen variasi keberhasilan usaha, tercermin dari nilai R Square sebesar 0,790 dan Adjusted R Square sebesar 0,784. Temuan ini mengindikasikan bahwa kreativitas menjadi faktor paling menentukan di antara ketiganya, diikuti harga dan inovasi, dalam membentuk keberhasilan usaha carwash di Kota Medan. Kata Kunci: kreativitas, inovasi, harga, keberhasilan usaha, regresi linier berganda.	
---	--

PENDAHULUAN

Ketika kondisi ekonomi suatu negara terus membaik dari waktu ke waktu, negara tersebut dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi, dan dari sinilah bisa dilihat aspek dinamis suatu perekonomian yang terus berkembang atau berubah [1]. Industri carwash di Indonesia, khususnya di kota besar seperti Medan, mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di jalan raya. Data dari GAIKINDO dan Badan Pusat Statistik mencatat total volume penjualan mobil baru di Indonesia sepanjang tahun 2024 mencapai 865.723 unit, angka yang menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat akan layanan perawatan kendaraan juga ikut terdorong naik.

Di tengah pertumbuhan ini, persaingan di sektor usaha carwash ikut memanas. Banyak pelaku usaha baru bermunculan dengan berbagai variasi layanan dan harga, sehingga kreativitas dan inovasi jadi kunci penting untuk membedakan diri dari kompetitor. Usaha carwash yang berani menawarkan layanan unik, misalnya sistem self-service atau produk ramah lingkungan, cenderung lebih berhasil menarik perhatian konsumen, apalagi kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan dan kesehatan kendaraan juga terus meningkat belakangan ini.

Observasi awal yang penulis lakukan di Kota Medan menemukan setidaknya 103 usaha carwash yang tersebar di 21 kecamatan dan 151 kelurahan, dengan variasi layanan yang cukup beragam mulai dari cuci standar sampai premium carwash, detailing, hingga coating. Angka ini, menurut penulis, cukup menggambarkan bahwa bisnis carwash memang sektor yang berkembang dengan daya saing tinggi di wilayah ini, dan sebaran usaha yang merata di berbagai kecamatan jadi bukti nyata tingginya permintaan masyarakat terhadap layanan ini. Temuan awal semacam ini yang kemudian mendorong penulis untuk menyelidiki lebih jauh elemen-elemen seperti strategi penetapan harga, inovasi, dan kreativitas yang memengaruhi kemakmuran bisnis pencucian mobil.

Keberhasilan usaha sendiri dapat dipahami sebagai kondisi yang meningkatkan kemajuan suatu tujuan dalam aktivitas bisnis, yang diukur lewat volume bisnis, aset bersih, dan pendapatan bersih, atau secara sederhana proses pengerahan tenaga dan pikiran untuk membawa perubahan positif sesuai tujuan yang ditetapkan [2]. Kreativitas sendiri dimaknai sebagai kemampuan berpikir kreatif tentang suatu produk atau proses yang berguna dan bermanfaat bagi tugas yang sifatnya heuristik [3], sementara inovasi adalah upaya mengkreasikan sesuatu yang baru ke produk atau proses yang sudah ada, di mana setiap inovasi selalu dimulai dari ide kreatif [4]. Harga sendiri jadi faktor penting dalam strategi pemasaran karena pelanggan cenderung membandingkan harga dan kualitas layanan sebelum memutuskan memakai jasa carwash tertentu, sehingga usaha cuci mobil perlu menyeimbangkan antara harga rendah dan kualitas tinggi [5].

Penelitian terdahulu memang cukup konsisten menemukan pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha di berbagai konteks. Riyanto dan Muspriyadi menemukan bahwa kreativitas, inovasi, dan lingkungan eksternal secara bersama-sama memengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil menengah [6]. Karimah dan Kramadibrata menemukan hubungan antara kreativitas dan keterampilan manajerial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa [7], sementara P. Julius dan Nagel menemukan motivasi, kompetensi kewirausahaan, dan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM makanan dan minuman [8]. Yani, Rakib, dan Syam juga menemukan literasi kewirausahaan dan karakter wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil [9], sedangkan Kusumawati menemukan inovasi produk baru berpengaruh terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan [10]. Penelitian-penelitian ini jadi landasan yang cukup kuat, menurut penulis, untuk menguji kembali ketiga variabel tersebut secara spesifik pada konteks usaha carwash di Kota Medan yang selama ini belum banyak diangkat. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini disusun untuk menganalisis pengaruh kreativitas, inovasi, dan harga terhadap keberhasilan usaha carwash di Kota Medan, Sumatera Utara.

Berdasarkan kerangka konseptual dan uraian latar belakang di atas, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H1: Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha carwash di Kota Medan Sumatera Utara.

H2: Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha carwash di Kota Medan Sumatera Utara.

H3: Harga berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha carwash di Kota Medan Sumatera Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan objek berupa persepsi para pelaku usaha terkait variabel kreativitas, inovasi, harga, dan keberhasilan usaha. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Medan yang mencakup 21 kecamatan dan 151 kelurahan.

Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelaku usaha carwash di Kota Medan yang berjumlah 103 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel memakai non probability sampling, di mana peneliti memilih sampel berdasarkan ketersediaan dan kemudahan akses ke pelaku usaha yang bersedia menjadi responden. Ukuran sampel minimal diestimasi lewat rumus Hair, yaitu $N = (\text{jumlah indikator} + \text{jumlah variabel}) \times (5-10)$. Penelitian ini memakai 19 indikator dan 4 variabel, sehingga diperoleh ukuran sampel minimal, dan kuesioner yang berhasil terkumpul serta dinyatakan valid untuk dianalisis berjumlah 100 responden.

Data dikumpulkan lewat kuesioner tertutup berskala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5) [11]. Variabel Kreativitas (X1) diukur lewat enam indikator, yaitu pengalaman berjualan sebelumnya, kemampuan menilai kualitas barang sendiri, kesukaan bereksperimen, dukungan keluarga dalam berjualan, masukan kreatif dari keluarga, dan dorongan lingkungan tempat tinggal [12]. Variabel Inovasi (X2) diukur lewat tiga indikator, yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi administrasi. Variabel Harga (X3) diukur lewat tiga indikator, yaitu keterjangkauan harga, diskon atau potongan harga, dan penetapan harga jual [13]. Variabel Keberhasilan Usaha (Y) diukur lewat tujuh indikator, yaitu kelancaran arus kas, peningkatan omzet, peningkatan pelanggan, penambahan karyawan, peningkatan keuntungan, penambahan aset, dan citra perusahaan yang baik [14].

Analisis data memakai regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 27, dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Sebelum uji hipotesis, instrumen penelitian lebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji asumsi klasik yang dilakukan mencakup uji normalitas lewat grafik normal probability plot, uji multikolinearitas dengan kriteria nilai VIF di bawah 10 dan tolerance di atas 0,10, serta uji heteroskedastisitas lewat scatterplot [15]. Pengujian hipotesis dilakukan lewat uji t secara parsial, dengan kriteria hipotesis diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, serta uji koefisien

determinasi (R Square) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menjelaskan variasi keberhasilan usaha [15].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan mulai 2 Maret 2025 sampai 15 Maret 2025 kepada pelaku usaha carwash di Kota Medan, dan berhasil menghimpun 100 kuesioner yang layak dianalisis. Dari sisi jenis kelamin, responden didominasi laki-laki sebanyak 97 orang atau 97 persen, sedangkan perempuan hanya 3 orang atau 3 persen, yang menurut penulis cukup mencerminkan karakter usaha carwash yang memang identik dengan pekerjaan fisik dan banyak dijalankan pelaku usaha laki-laki. Dari sisi usia, responden tersebar antara 28 sampai 49 tahun dengan dominasi pada rentang usia produktif 30 sampai 41 tahun. Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden berpendidikan SMA sebanyak 76 orang (76%), disusul S1 11 orang (11%), SMP 9 orang (9%), dan S2 4 orang (4%). Dari sisi lama usaha, mayoritas responden sudah menjalankan usaha carwash selama 2 sampai 3 tahun, dengan rincian 2 tahun sebanyak 31 orang (31%) dan 3 tahun sebanyak 32 orang (32%).

Sebelum masuk ke pengujian hipotesis, uji asumsi klasik lebih dulu dilakukan. Hasil uji normalitas lewat normal probability plot menunjukkan titik data residual menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji multikolinearitas juga menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, yaitu Kreativitas dengan tolerance 0,308 dan VIF 3,246, Inovasi dengan tolerance 0,305 dan VIF 3,277, serta Harga dengan tolerance 0,453 dan VIF 2,210, sehingga tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas lewat scatterplot turut menunjukkan titik-titik tersebar tanpa pola tertentu, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 1. Hasil regresi linier berganda dan uji t

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.	Keputusan
Konstanta	2,749	2,043	0,044	-
Kreativitas (X1)	0,746	8,174	0,000	Diterima
Inovasi (X2)	0,185	1,018	0,011	Diterima
Harga (X3)	0,362	2,439	0,017	Diterima

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 27 (2025)

Hasil regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 2,749 + 0,746X_1 + 0,185X_2 + 0,362X_3 + e$. Nilai t tabel pada penelitian ini dengan taraf signifikansi 5 persen diperoleh sebesar 1,986. Ketiga variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, karena masing-masing memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga H1, H2, dan H3 sama-sama diterima. Kreativitas tercatat sebagai variabel dengan koefisien terbesar sebesar 0,746, disusul Harga dengan koefisien 0,362, dan Inovasi dengan koefisien 0,185, sehingga kreativitas dapat dikatakan sebagai faktor paling dominan dalam mendorong keberhasilan usaha carwash pada penelitian ini.

Tabel 2. Koefisien determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,889	0,790	0,784

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 27 (2025)

Nilai R sebesar 0,889 menunjukkan hubungan yang kuat antara Kreativitas, Inovasi, dan Harga terhadap Keberhasilan Usaha, sedangkan nilai R Square sebesar 0,790 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 79,0 persen variasi Keberhasilan Usaha, dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,784 menunjukkan angka yang relatif konsisten setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel. Sisanya sebesar 21,6 persen

dijelaskan faktor lain di luar model penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, lokasi usaha, promosi, maupun pengalaman usaha.

Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

Kreativitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan koefisien regresi 0,746, t hitung 8,174, dan signifikansi 0,000, sehingga H1 diterima. Nilai koefisien ini sekaligus yang terbesar di antara ketiga variabel independen, menandakan bahwa kreativitas jadi faktor paling menentukan keberhasilan usaha carwash pada penelitian ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Riyanto dan Musprihadi yang menemukan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah [6], serta penelitian P. Julius dan Nagel yang menemukan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM makanan dan minuman [8]. Menurut penulis, hal ini masuk akal karena usaha carwash yang bersaing ketat memaksa pelakunya untuk terus mencari cara baru menarik pelanggan, entah lewat variasi layanan, cara promosi, atau sentuhan personal yang membedakan diri dari carwash lain di sekitarnya. Pelaku usaha yang terbiasa bereksperimen dan mendapat dukungan kreatif dari keluarga maupun lingkungan tempat tinggal tampaknya lebih siap menghadapi persaingan yang ketat semacam ini.

Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Inovasi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan koefisien regresi 0,185, t hitung 1,018, dan signifikansi 0,011, sehingga H2 diterima. Meski koefisiennya termasuk paling kecil di antara ketiga variabel, hasil ini tetap menunjukkan bahwa inovasi punya peran yang tidak bisa diabaikan begitu saja.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Kusumawati yang menemukan inovasi produk baru berpengaruh terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan [10]. Bagi usaha carwash, inovasi bisa berwujud sederhana, seperti menambah varian layanan cuci, memperbaiki proses kerja supaya lebih cepat, atau memperbaiki sistem administrasi dan pencatatan transaksi. Menurut penulis, kecilnya kontribusi inovasi dibanding kreativitas mungkin karena inovasi di sektor jasa carwash sifatnya masih cenderung mengikuti tren umum yang sudah lebih dulu diterapkan kompetitor, ketimbang benar-benar jadi terobosan baru yang orisinal.

Pengaruh Harga terhadap Keberhasilan Usaha

Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan koefisien regresi 0,362, t hitung 2,439, dan signifikansi 0,017, sehingga H3 diterima. Harga jadi variabel dengan pengaruh terbesar kedua setelah kreativitas dalam penelitian ini.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Firdaus dan Mulyono yang menemukan harga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di sektor kuliner [5]. Bagi usaha carwash yang jumlahnya sudah cukup padat di Kota Medan, kemampuan menetapkan harga yang terjangkau namun tetap sesuai kualitas layanan, ditambah strategi diskon atau potongan harga yang terukur, tampaknya jadi pertimbangan penting bagi konsumen sebelum memilih carwash tertentu. Harga yang kompetitif, menurut penulis, bukan berarti harus jadi yang termurah, melainkan yang paling masuk akal dibanding kualitas layanan yang diberikan.

SIMPULAN

Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha carwash di Kota Medan Sumatera Utara, dan sekaligus jadi variabel dengan pengaruh paling dominan. Semakin tinggi kreativitas pelaku usaha dalam menghasilkan ide dan variasi layanan, semakin tinggi pula keberhasilan usaha yang dicapai.

Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, meskipun kontribusinya relatif lebih kecil dibanding dua variabel lainnya. Inovasi yang dilakukan dalam

usaha tetap mampu meningkatkan daya saing serta mendukung peningkatan keberhasilan usaha.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Penetapan harga yang tepat, terjangkau, dan sesuai kualitas layanan terbukti mampu meningkatkan keberhasilan usaha carwash di Kota Medan.

Secara keseluruhan, ketiga variabel independen mampu menjelaskan 79,0 persen variasi Keberhasilan Usaha, dengan Kreativitas sebagai faktor paling kuat dalam model penelitian ini, diikuti Harga dan Inovasi.

SARAN

Pelaku usaha carwash di Kota Medan disarankan terus meningkatkan kreativitas dalam menjalankan usaha, misalnya lewat penciptaan layanan yang berbeda dan menarik, sekaligus melakukan inovasi secara berkelanjutan dan menetapkan harga yang kompetitif agar mampu bersaing dan meningkatkan keberhasilan usaha.

Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang diduga turut memengaruhi keberhasilan usaha, seperti kualitas pelayanan, lokasi usaha, promosi, dan pengalaman usaha, sehingga hasil penelitian menjadi lebih lengkap dan komprehensif.

Pemerintah atau pihak terkait diharapkan dapat memberikan dukungan kepada pelaku usaha carwash, seperti pelatihan, pembinaan, serta akses permodalan, sehingga mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rosyda, F. (2021). Pertumbuhan Ekonomi dan Pembangunan Daerah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- [2] Ayu, D. A., & Zulkarnaen, M. (2019). Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 168-178.
- [3] Azizah, S. N., & Ma, D. (2017). Motivasi Usaha Sebagai Mediator Hubungan Antara Perilaku Inovatif dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Batik Tulis di Kabupaten Kebumen. *Performance*, 24(2), 1-9. <https://doi.org/10.20884/1.performance.2017.24.2.695>
- [4] Gohae, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist di Kecamatan Lahomi). *Jurnal Uniraya*, 5(1), 51-57.
- [5] Firdaus, H., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Varian Produk, Pelayanan, Promosi dan Interior Cafe Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sawerandah Lippo Cikarang Bekasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 76-100.
- [6] Riyanto, J., & Musprihadi, R. (2024). Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Sekarwangi Snack Kelurahan Pudakpayung dari Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Lingkungan Eksternal. *Serat Acitya*, 13(1), 65-76. <https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1442>
- [7] Karimah, A., & Kramadibrata, B. S. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Keterampilan Manajerial Terhadap Intensi Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Media Nusantara Citra). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3), 419-430. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.529>
- [8] P. Julius F, & Nagel, A. S. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Makanan Minuman di Surabaya. *Prosiding HUBISINTEK*, 5-6.
- [9] Yani, I., Rakib, M., & Syam, A. (2020). Pengaruh Literasi Kewirausahaan dan Karakter Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(2), 65. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i2.19808>

- [10] Kusumawati, R. (2024). Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(9), 53-64.
- [11] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [12] Novita Ekasari, & Nurhasanah. (2013). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- [13] Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Performa*, 2(1), 45-53. <https://doi.org/10.37715/jp.v2i1.436>
- [14] Rika Widianita, D. (2023). Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Diversifikasi Produk Terhadap Pengembangan Bisnis Makanan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Yussy Akmal Bandar Lampung). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1).
- [15] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- [16] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson Education.
- [17] Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 138-154. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.158>
- [18] Porwani, S. (2016). Kreativitas dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang. *Jurnal Adminika*, 2(2), 1-23.