



p-ISSN [2964-6316](#) e-ISSN [2961-8029](#)

Journal Islamic Business and Entrepreneurship

<http://ejournal.uniramalanga.ac.id/index.php/jibe>

Volume 2 Number 1. April 2023. 99 – 107



Pengaruh Entrepreneur Style terhadap Pengembangan Produk UMKM di Desa Karangrejo Kabupaten Malang

Rr.Hesti Setyodyah Lestari^{1✉}, Moch Hadi Husna Romadhon², Imron Rosyadi Hamid³
^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Raden Rahmat

Received: April 12, 2023

Accepted: April 28, 2023

Published: April 30, 2023

DOI : <https://doi.org/10.33379/jibe.v2i1.2640>

Abstract

This research aims to determine the influence of socialpreneurship and technopreneurship simultaneously on product development, to determine the influence of socialpreneurship on product development, and to determine the influence of technopreneurship on product development for MSMEs in Karangrejo village, Malang Regency. The research method is quantitative research using a questionnaire. The respondents of this research are MSME entrepreneurs in Karangrejo Village, Malang Regency. Data mining was carried out using data collection techniques using a Likert scale, with 80 respondents from a total population of 100 people. Based on the analysis carried out, the first conclusion is obtained, there is a significant influence of socialpreneurship and technopreneurship simultaneously on product development; secondly, there is a significant influence of socialpreneurs on product development; thirdly, there is a significant influence of technopreneurship on product development.

Keywords: Socialpreneur, Technopreneurship, Products development

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh socialpreneur dan technopreneurship secara simultan terhadap pengembangan produk, untuk mengetahui pengaruh socialpreneur terhadap pengembangan produk, dan untuk mengetahui pengaruh technopreneurship terhadap pengembangan produk UMKM di desa Karangrejo Kab Malang. Metode penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Responden penelitian ini adalah pengusaha UMKM di Desa Karangrejo Kab Malang. Penggalan data dilakukan dengan Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert, dengan responden 80 orang dari total populasi 100 orang. Berdasarkan analisa yang dilakukan diperoleh kesimpulan pertama, ada pengaruh signifikan socialpreneur dan technopreneurship secara simultan terhadap pengembangan produk; kedua ada pengaruh signifikan socialpreneur terhadap pengembangan produk; ketiga ada pengaruh signifikan technopreneurship terhadap pengembangan produk.

Kata kunci: Socialpreneur, Technopreneurship, Pengembangan Produk

[✉]Corresponding Author: Rr.Hesti Setyodyah Lestari
Affiliation Address: Jl. Mojosari 2 Kepanjen, Kabupaten Malang
E-mail: hesti.setyodyah@uniramalanga.ac.id

PENDAHULUAN

Kemajuan suatu negara atau bangsa salah satunya ditentukan oleh dominasi peran pelaku entrepreneur. Sebagai negara berkembang, Indonesia perlu banyak mencetak entrepreneur baru yang mampu mempercepat kemajuan perekonomian. Dimana bukan hanya mencetak banyaknya jumlah entrepreneur namun juga kualitas yang mampu bersaing dan bertahan dalam dunia usaha. Dan Pengembangan Produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan menggunakan strategi diversifikasi. Diversifikasi pada umumnya dirancang untuk mendirikan perusahaan baru dipasar baru guna mencapai sasaran seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan. Diversifikasi produk menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk dalam suatu perusahaan. Melalui diversifikasi produk perusahaan berusaha untuk meningkatkan volume penjualan.

Kegiatan entrepreneur identik dengan usaha mikro, kecil dan menengah, yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas nasional. Dunia usaha semakin lama semakin menunjukkan persaingan yang sengit, karena akan lebih banyak pelaku bisnis yang terjun didalamnya. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari keadaan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan dipasar. Ketatnya persaingan akan memosisikan pemasar untuk selalu mengembangkan produknya dan merebut market share. Untuk menghadapi situasi tersebut, perusahaan harus mampu memberikan nilai lebih dari produk yang dimilikinya baik dari segi kualitas maupun kuantitas (Sinollah dan Khilmi, 2022).

Ada 3 Model kewirausahaan menurut Budiharjo (2011) dan Pada ketiga model kewirausahaan peneliti tertarik meneliti kedua model saja yaitu socialpreneur, dan Technopreneurship karena model tersebut merupakan model kewirausahaan yang sangat sering di butuhkan oleh seorang pengusaha terutama dalam mengembangkan produk yang di jual. Dengan. Adanya pengembangan produk akan memberikan daya tarik kepada para konsumen untuk mencoba produk baru tersebut. Keadaan inilah yang menjadi salah satu indikator berhasil atau tidaknya suatu produk yang diluncurkan di pasar. Di Desa Karangrejo rata-rata penduduknya menjadi pengusaha UMKM yang merupakan banyaknya wirausaha di daerah tersebut, antara lain: Usaha makanan, minuman Jamu, Telor horn, ayam potong, peternak kambing. Namun hanya sedikit pengusaha UMKM yang mengerti cara mengembangkan produknya. Tujuan dari penelitian ini untuk melakukan analisis pengaruh socialpreneur dan technopreneurship terhadap pengembangan produk baik secara parsial maupun simultan pada UMKM di Desa Karangrejo Kab Malang.

METHODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang berlandaskan pada filsafat positivism, Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku

umum. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seorang entrepreneurship UMKM di desa Karangrejo yang berjumlah 100 orang dan sampel pada penelitian ini sebanyak 80 wirausaha UMKM di Desa Karangrejo Kec Kromengan Kab Malang yang akan dijadikan responden.

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode observasi, tes dan dokumentasi sebagai instrumen dan setelah data selesai dikumpulkan peneliti akan melakukan analisis data dengan menyederhanakan data kuantitatif menggunakan perangkat lunak SPSS (22) For Windows yang biasanya dikenal dengan Statistical Product And Services Solution. Tujuan penggunaan SPSS ini adalah untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian. Dan adapun pada analisis data dalam penelitian ini akan melalui 2 tahap yaitu :

Uji Instrumen

- a. Uji Validitas : Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam ini n adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5%. Jika r hitung (tiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item – total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Uji Reliabilitas : Uji reabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70.
- c. Uji Normalitas : Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Data dikatakan diterima, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P>0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P<0,05$), maka data dikatakan ditolak.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis akan digunakan untuk menguji keberterimaan hasil perhitungan yang telah dilakukan dalam penelitian ini.

- a. Uji t (Uji Parsial) : digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (socialpreneur, dan Teknopreneur) terhadap variabel terikat (pengembangan produk) secara terpisah atau parsial. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Hipotesis socialpreneur terhadap pengembangan produk; 2)Hipotesis teknopreneur terhadap pengembangan produk
- b. Uji f (Uji Simultan) : digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen dan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual melalui goodness of fit.

Hipotesis akan diuji dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner, mengukur **validitas** dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam ini n adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5%. Jika r hitung (tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item – total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

a. Uji Validitas Variabel *Socialpreneur*

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel *Socialpreneur* (X1)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
X1_1	0,393	0,217	Valid
X1_2	0,829	0,217	Valid
X1_3	0,772	0,217	Valid
X1_4	0,385	0,217	Valid
X1_5	0,522	0,217	Valid

Sumber: Data Primier di olah, 2023

Dari uji validitas variabel *Socialpreneur* pada tabel diatas diketahui bahwa terdapat 5 pernyataan yang valid dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel, dengan demikian pernyataan-pernyataan tersebut dapat di uji ke pengujian statistik berikutnya.

b. Uji Validitas Variabel *Technopreneurship*

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel *Technopreneurship* (X2)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
X2_1	0,556	0,217	Valid
X2_2	0,693	0,217	Valid
X2_3	0,501	0,217	Valid
X2_4	0,258	0,217	Valid
X2_5	0,218	0,217	Valid

Sumber: Data Primier di olah, 2023

Dari uji validitas variabel *Teknopreneurship* pada tabel di atas diketahui bahwa terdapat 5 pernyataan yang valid dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel, dengan demikian pernyataan-pernyataan tersebut dapat di uji ke pengujian statistik berikutnya.

c. Uji Validitas Variabel Pengembangan Produk

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pengembangan Produk (Y)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
Y_1	0,576	0,217	Valid
Y_2	0,702	0,217	Valid
Y_3	0,661	0,217	Valid
Y_4	0,503	0,217	Valid
Y_5	0,459	0,217	Valid

Sumber: Data Primier di olah, 2023

Dari uji validitas variabel pengembangan produk pada tabel di atas diketahui bahwa terdapat 5 pernyataan yang valid dikarenakan r hitung lebih besar dari r tabel, dengan demikian pernyataan-pernyataan tersebut dapat di uji ke pengujian statistik berikutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil dari pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Reliabilitas dapat menjadi alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. Hasil dari penelitian variabel *socialpreneur* (X1), variabel *Teknopreneurship* (X2), dan variabel pengembangan produk (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha	Ket
<i>Socialpreneur</i> (X1)	0,778	0,6	Handal
<i>Teknopreneurship</i> (X2)	0,661	0,6	Handal
Pengembangan Produk (Y)	0,797	0,6	Handal

Sumber: Data Primier di olah, 2023

Dari tabel di atas dapat disimpulkan, nilai *Cronbach's Alpha socialpreneur* (X1) adalah 0,778 yang artinya lebih besar dari 0,6. Nilai *Cronbach's Alpha Teknopreneurship* (X2) adalah 0,661 yang artinya lebih besar dari 0,6. Nilai *Cronbach's Alpha* pengembangan produk (X3) adalah 0,797 yang artinya lebih besar dari 0,6. Kesimpulannya ketiga variabel tersebut mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,6 yang artinya reliabilitas handal dan bisa di uji **selanjutnya**

Setiap item pernyataan yang digunakan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov **merupakan** uji normalitas menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Data dikatakan diterima, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan ditolak, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Instrumen
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90173370
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.086
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 ^c

Sumber: Data Primier di olah, 2023

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig (2-tailed) sebesar 0,093, yang artinya lebih besar dari taraf signifikan 0,05 ($0,093 > 0,05$). Hal itu berarti nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar secara normal.

Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah data pengamatan biasanya tidak hanya didasarkan pada satu variabel melainkan oleh beberapa atau bahkan banyak variabel. Analisis ini digunakan untuk **mengetahui** arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefisient* berdasarkan output SPSS variabel *Socialpreneur* dan *Teknopreneurship* terhadap variabel pengembangan produk yang ditunjukkan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi

Variabel	B	Beta	t hitung	Sig
(Constant)	10.454		5.026	.000
<i>Socialpreneur</i> (X1)	.172	.214	1.928	.037
<i>Teknopreneurship</i> (X2)	.353	.397	3.575	.001
R	: 0,521			
R Square	: 0,272			
F Hitung	: 14,358			
Sig F	: 0,000			

Predictors: (Constant), *Socialpreneur* dan *Teknopreneurship*

Dependent Variable: Pengembangan Produk

Sumber: Data Primier di olah, 2023

Berdasarkan pada tabel 6 terlihat bahwa nilai konstanta β_0 sebesar 10,454 dan koefisien regresi β_1 sebesar 0,172, β_2 sebesar 0,353. Nilai konstanta dan koefisien regresi ($\beta_0, \beta_1, \beta_2$) ini dimasukkan dalam persamaan regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \mu$$

Sehingga persamaan regresinya menjadi sebagai berikut:

$$Y = 10,454 + 0,172X_1 + 0,353X_2 + e$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- Nilai Konstanta (β_0)
Nilai konstanta sebesar 10,454 berarti jika *socialpreneur* (X1) dan *teknopreneurship* (X2) nilainya 0 atau konstan maka pengembangan produk (Y) nilainya sebesar 10,454.
- *Socialpreneur* (X1)
Nilai konstanta regresi *socialpreneur* sebesar 0,172 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% *socialpreneur* maka akan menyebabkan peningkatan pengembangan produk sebesar 0,172. Dan sebaliknya jika *socialpreneur* berkurang 1% maka akan menyebabkan penurunan terhadap pengembangan produk sebesar 0,172. Arah hubungan antara *socialpreneur* dengan pengembangan produk adalah searah (+), dimana kenaikan nilai *socialpreneur* meningkat akan mengakibatkan kenaikan pula terhadap pengembangan produk begitu pula sebaliknya jika penurunan nilai *socialpreneur* akan mengakibatkan penurunan pula pada pengembangan produk.
- *Teknopreneurship* (X2)
Nilai konstanta regresi *teknopreneurship* sebesar 0,353 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% *teknopreneurship* maka akan menyebabkan peningkatan pengembangan produk sebesar 0,353. Dan sebaliknya jika *teknopreneurship* berkurang 1% maka akan menyebabkan penurunan terhadap pengembangan produk sebesar 0,353. Arah hubungan antara *teknopreneurship* dengan pengembangan produk adalah searah (+), dimana kenaikan nilai *teknopreneurship* meningkat akan mengakibatkan kenaikan pula terhadap pengembangan produk begitu pula sebaliknya jika penurunan nilai *teknopreneurship* akan mengakibatkan penurunan pula pada pengembangan produk.

Uji F (Uji Simultan)

Hipotesis simultan dalam penelitian ini adalah ada Pengaruh *socialpreneur* dan *Technopreneurship* secara simultan terhadap pengembangan produk UMKM di desa Karangrejo Kab Malang.

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.9 diatas menunjukkan pengaruh variabel *socialpreneur* dan *Technopreneurship* secara simultan terhadap pengembangan produk UMKM di desa Karangrejo Kab Malang, dengan nilai Fhitung sebesar 14,358 > f tabel (3,111) dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *socialpreneur* dan *Technopreneurship* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengembangan produk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *socialpreneur* dan *Technopreneurship* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan produk UMKM di desa Karangrejo Kab Malang.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel *socialpreneur* dan *Technopreneurship* secara parsial terhadap pengembangan produk. Uji t digunakan untuk membuat keputusan apakah hipotesis terbukti atau tidak, dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%.

Proses pengujian dilakukan dengan melihat pada tabel uji parsial dengan memperhatikan kolom signifikansi dan nilai thitung dan membandingkan dengan taraf

signifikansi $\alpha = 0,05$

Sementara hasil perhitungan uji t ditunjukkan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

- a. Uji Hipotesis pengaruh *socialpreneur* terhadap pengembangan produk, nilai signifikansi untuk variabel *socialpreneur* (X1) adalah 0,037 dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,037 < 0,05$). Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = $1,928 > t$ tabel (1,664). Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *socialpreneur* (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan produk. Dengan demikian dalam penelitian ini menolak hipotesis H0 dan menerima Ha.
- b. Uji Hipotesis pengaruh *Technopreneurship* terhadap pengembangan produk, nilai signifikansi untuk variabel *Technopreneurship* (X2) adalah 0,001 dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai thitung = $3,575 > t$ tabel (1,664). Dari hasil tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Technopreneurship* (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan produk. Dengan demikian dalam penelitian ini menolak hipotesis H0 dan menerima Ha..

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Entrepreur Style* (Model Kewirausahaan) terhadap pengembangan produkUMKM di Desa Karangreji Kab Malang. Hasil penelitian diperoleh 80 responden dengan jumlah populasi 100 orang, yang diambil secara acak. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1). ada *pengaruh socialpreneur* dan *technopreneurship* secara simultan terhadap pengembangan produk UMKM di Desa Karangrejo Kab Malang; 2). ada pengaruh *socialpreneur* terhadap pengembangan produk UMKM di Desa Karangrejo Kab Malang; 3). ada pengaruh *technopreneurship* terhadap pengembangan produk UMKM di Desa Karangrejo Kab Malang. Beberapa masalah yang ada dalam masyarakat seperti cuaca yang panas,jauhnya pembelian air isi ulang,susahnya pasokan es kristal ,membuat para pelaku usaha terus mencari ide untuk menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Echols, John M. dan Hasan Shadily. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* cet. 8 Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum..
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP-Universitas Diponegoro..
- Hadi. (1989). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada..
- Muslimin Kara, Jamaludin, (2010). *Pengantar Kewirausahaan*, (Makasar: Alauddin Press, 2010), h.15.
- Priyatno, Dwi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Jakarta: PT. MediaKom..
- Sinollah, S., & Khilmi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Lumbung Stroberi Kota Batu. *SKETSA BISNIS*, 9(2), 2014-225. <https://doi.org/10.35891/jsb.v9i2.3297>
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta..

- Suryana, (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 10. Depdikbud,
- Kamus Besar Bahasa Indonesia* ed. 2 cet. 7. Jakarta: Balai Pustaka. 1995.
- Marsudi Putra (PSMP) Handayani. Jakarta: Skripsi S1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2014.
- Trim, Bambang. (2008). *Business Wisdom of Muhammad SAW. 40 Kedahsyatan Bisnis ala Nabi SAW*. Bandung: Madani Prima..
- Wibawa, Budhi, dkk. (2011). *Pemikiran, Konseptual, dan Praktik: Social Entrepreneurship, Social Entreprise, Corporate Social Responsibility*. Bandung: Widya Padjajaran..