

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *PRODUCT INNOVATION*
TERHADAP *BUSINESS SUCCESS***

(Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh

Adela Salsabila Putri

NIM 2006597

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *PRODUCT INNOVATION*
TERHADAP *BUSINESS SUCCESS***

(Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)

Oleh:

Adela Salsabila Putri

NIM. 2006597

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Adela Salsabila Putri

Universitas Pendidikan Indonesia

Desember 2024

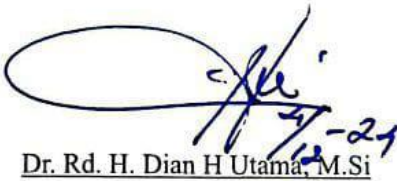
Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotocopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *PRODUCT INNOVATION* TERHADAP
BUSINESS SUCCESS
(Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Rd. H. Dian H Utama, M.Si

NIP. 196408231993021 001

Pembimbing II



Sulastri, S.Pd., M.Stat., M.M

NIP. 1920171219820323201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.

NIP. 198208302005022003

Tanggung Jawab Yuridis

Ada Pada Penulis



Adela Salsabila Putri

NIM. 2006597

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *E-Commerce* dan *Product innovation* terhadap *Business Success* (Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar hasil karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan, pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keimuan ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis skripsi saya secara orisionil dan otentik.

Saya siap menanggung resiko ataupun sanksi yang dijatuhkan apabila adanya pelanggaran etika keilmuan maupun klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya yang saya buat. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik.

Bandung, 28 November 2024

Yang membuat pernyataan



Adela Salsabila Putri
NIM. 2006597

ABSTRAK

Adela Salsabila Putri (2006597) “**Pengaruh *E-Commerce* dan *Product innovation* terhadap *Business Success* (Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)**” di bawah bimbingan Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si dan Sulastri., S.Pd., M.Stat., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran dan besaran pengaruh *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* (studi pada industri sepatu cibaduyut Kota Bandung). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel yang disebut dengan sampel jenuh yang berjumlah 43 responden. Data diolah secara statistik dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan *software* SPSS 24.0 *for windows*. Hasil penelitian diketahui bahwa *e-commerce*, *product innovation*, dan *business success* berada pada kategori baik, variabel *e-commerce* dan *product innovation* dinyatakan memiliki pengaruh terhadap *business success*, serta *e-commerce* dan *product innovation* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap *business success*. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan melakukan inovasi pada produk merupakan hal yang penting untuk keberhasilan bisnis. Dengan menggunakan *e-commerce* dapat memberikan akses pasar yang lebih luas dan melalui inovasi produk dapat memastikan bahwa usaha tetap bersaing sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Kata kunci: Kewirausahaan, Perdagangan Elektronik, Inovasi Produk, Keberhasilan Bisnis

ABSTRACT

Adela Salsabila Putri (2006597) “*The Influence of E-Commerce and Product innovation on Business success (Study on the Cibaduyut Shoes Industry in Bandung City)*” under the guidance of Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama and Sulastri., S.Pd., M.Stat., M.M.

This research aims to obtain an overview and the extent of the influence of e-commerce and product innovation on business success (a study on the Cibaduyut shoes industry in Bandung City). The type of research used is descriptive and verification with quantitative approach. The population in this study was sampled which is called a saturated sample of 43 respondents. The data was processed statistically using path analysis with the help of SPSS 24.0 for windows software. The research showed that e-commerce, product innovation, and business success are in the good category, e-commerce and product innovation variables are stated to have a influence on business success, and e-commerce and product innovation have a positive and significant effect simultaneously on business success. The findings indicate that using e-commerce and innovation product are important for business success. Using e-commerce can provide wider market access and through product innovation can ensure that business remains competitive according to customer needs.

Keyword: *Entrepreneurship, E-Commerce, Product Innovation, Business Success*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayat, taufik, dan inayah karena atas karunia dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *E-Commerce* dan *Product innovation* terhadap *Business Success* (Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memperoleh temuan mengenai gambaran mengenai pengaruh *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success*.

Skripsi ini dikerjakan penulis dengan sebaik dan seoptimal mungkin dengan harapan dapat bermanfaat serta menjadi sumbangsih yang berarti bagi kemajuan ilmu khususnya kewirausahaan. penulis sadar bahwa skripsi ini mungkin masih memiliki kekurangan, baik dalam struktur maupun substansinya. Kendala pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan yang dimiliki peneliti menjadi faktor penyebab. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang konstruksi sangat dihargai dan diharapkan guna menyempurnakan serta memperbaiki kualitas skripsi ini. Dengan demikian, diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan, penerapan dilapangan, serta potensi pengembangan lebih lanjut. Semoga skripsi ini berperan sebagai sumbangan berarti bagi pihak-pihak yang terlibat.

Bandung, 28 November 2024



Penulis
Adela Salsabila Putri

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil'alamin puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bisnis. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasana dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Prof Dr. H. M Solehuddin M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Dr. Puspo Dewi Dirgantari., S.Pd., M.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan motivasi serta pengarahan selama masa studi penulis untuk berkembang di jalur akademik. Semoga diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan juga kelancaran dalam segala urusannya.
4. Dr. Bambang Widjajanta , M.M. Ketua Tim Pengembangan Penulis Skripsi, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah bersedia memberikan arahan maupun bimbingan serta memfasilitasi penulis dalam proses penyelesaian skripsi. Semoga diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan juga kelancaran dalam segala urusannya.
5. Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis, memberikan arahan, saran serta memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT, senantiasa

diberikan kesehatan, keberkahan hidup, serta kelancaran dalam segala urusannya.

6. Dr. Sulastri., S.Pd., M.Stat., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi, memotivasi, serta memberikan arahan selama proses penulisan skripsi. Semoga Allah SWT kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dalam segala urusannya, serta selalu dalam lindungan-Nya.
7. Dr. Masharyono AP., S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat, motivasi, bimbingan dan memberikan perwalian kontrak mata kuliah selama penulis menempuh masa perkuliahan. Semoga senantiasa selalu diberikan Kesehatan, kebahagiaan, keberkahan hidup serta selalu berada di lindungan Allah SWT.
8. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Bisnis FPEB UPI yang telah memberikan ilmu, motivasi serta tuntunan selama masa perkuliahan penulis. Semoga semua ilmu yang telah diberikan dapat penulis amalkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.

Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih khusus kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Suwanto dan Ibunda Yurni yang memberikan dukungan, kasih sayang, serta do'a tanpa henti sepanjang perjalanan hidup penulis. Terimakasih telah berjuang bersama dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi hingga dapat meraih gelar sarjana. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, panjang umur, kebahagiaan, serta selalu dalam lindungan Allah SWT. Tidak lupa juga untuk adikku, Fildan Mustafid Azzaky, yang telah memberikan dukungan penulis dalam proses menyelesaikan skripsi. Semoga diberikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dalam segala urusannya, serta dapat menggapai cita-cita dan mencapai kesuksesan yang diimpikan.

Kepada sahabat-sababat tersayang, Laila Ramadhanti, Alfina Damayanti, dan Nur Qamri Tri Arlina, yang telah menemani sepanjang perjalanan perkuliahan ini. Terimakasih atas segala dukungan, kebersamaan, semangat yang tidak pernah henti. Terimakasih telah menjadi pendengar yang baik dan menjadi sosok penguat satu sama lain. Semoga silaturahmi ini selalu terjaga, selalu bahagia, diberikan

kelancaran dalam urusannya dan kesuksesan dalam dalam setiap langkah. Serta teman-teman seperjuangan Jagaddhita Pendidikan Bisnis Angkatan 2020, terimakasih atas kebersamaan dan kerjasamanya selama masa perkuliahan. Semoga silaturahmi selalu terjaga, diberikan kebahagiaan serta kesuksesan di masa yang akan datang.

Kemudian, untuk diri saya sendiri, Adela Salsabila Putri. Terimakasih telah berhasil melewati perjalanan yang panjang. Tidak menyerah ketika merasa lelah dalam melangkah dan memutuskan untuk tetap berjuang. Berbahagialah selalu karena perjalanan selanjutnya masih panjang. Terus libatkan Allah SWT dalam segala urusan, berprasangka baik kepada Allah SWT serta bersyukur atas segalanya.

Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak yang mendukung, mendoakan, serta memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi masyarakat luas. Aamiin Allahumma Aamiin.

Bandung, 28 November 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adela Salsabila Putri'.

Adela Salsabila Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 <i>Entrepreneurship</i>	14
2.1.2 <i>Entrepreneurial Process</i>	16
2.1.3 <i>Innovation</i>	18
2.1.4 <i>Innovation Factors</i>	19
2.1.5 <i>Opportunity</i>	19
2.1.6 <i>E-Commerce</i>	20
2.1.7 <i>Types of Innovation</i>	22
2.1.8 <i>Product Innovation</i>	23
2.1.9 <i>Business Success</i>	24
2.1.10 <i>E-Commerce</i>	25
2.1.10.1 Definisi <i>E-Commerce</i>	25
2.1.10.2 Dimensi <i>E-Commerce</i>	26
2.1.10.3 Indikator <i>E-Commerce</i>	27
2.1.10.4 Model <i>E-Commerce</i>	29
2.1.11 <i>Product Innovation</i>	30
2.1.11.1 Definisi <i>Product Innovation</i>	30
2.1.11.2 Dimensi <i>Product Innovation</i>	31
2.1.11.3 Indikator <i>Product Innovation</i>	32

2.1.11.4 Model <i>Product Innovation</i>	33
2.1.12 <i>Business Success</i>	34
2.1.12.1 Definisi <i>Business Success</i>	34
2.1.12.2 Dimensi <i>Business Success</i>	35
2.1.12.3 Indikator <i>Business Success</i>	37
2.1.13 Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan <i>Product Innovation</i> terhadap <i>Business Success</i>	38
2.1.13.1 Penelitian Terdahulu	39
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.3 Hipotesis	45
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	46
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian yang digunakan	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	47
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	52
3.2.4 Populasi dan Sampel	53
3.2.4.1 Populasi	53
3.2.4.2 Sampel	54
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas	55
3.2.6.1 Pengujian Validitas	56
3.2.6.2 Hasil Pengujian Validitas.....	56
3.2.6.3 Pengujian Reliabilitas.....	60
3.2.6.4 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
3.2.7 Rancangan Analisis Data.....	62
3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	63
3.2.7.2 Analisis Verifikatif.....	66
3.2.7.2.1 Path Analysis	66
3.2.7.2.2 Pengujian Hipotesis	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian.....	74
4.1.1 Profil Sentra Sepatu Cibaduyut.....	74
4.1.2 Karakteristik Responden	75
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76

4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	77
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	78
4.1.3	Karakteristik Usaha Pelaku UMKM Sepatu Cibaduyut.....	78
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	78
4.1.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	79
4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kisaran Pendapatan Usaha dalam 1 Bulan	80
4.1.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Produksi dalam 1 Bulan	81
4.1.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi <i>E-Commerce</i> Yang Digunakan Untuk Penjualan	81
4.1.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi <i>E-Commerce</i>	82
4.2	Hasil Pengujian Deskriptif	83
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai E-Commerce pada Pelaku Usaha Industri Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung	83
4.2.1.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Product Information</i>	83
4.2.1.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Ease of Use</i>	87
4.2.1.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Security Level</i>	90
4.2.1.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Level of Trust</i>	93
4.2.1.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Convenience</i>	95
4.2.1.6	Rekapitulasi Tanggapan Variabel <i>E-Commerce</i>	98
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Product Innovation pada Pelaku Usaha Industri Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung	100
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Design Changes</i>	100
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Technical Innovation</i>	103
4.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Product Development</i>	107
4.2.2.4	Rekapitulasi Tanggapan Variabel <i>Product Innovation</i>	109
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Business Success pada Pelaku Usaha Industri Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung	111
4.2.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Competitive Advantage</i>	111
4.2.3.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Profitability</i>	115
4.2.3.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	118
4.2.3.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Company Survival</i>	121
4.2.3.5	Rekapitulasi Tanggapan Variabel <i>Business Success</i>	125
4.3	Hasil Pengujian Verifikatif	127
4.3.1	Pengujian Asumsi Klasik	127

4.3.1.1	Uji Normalitas	127
4.3.1.2	Uji Linieritas.....	127
4.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas	129
4.3.2	Pengujian Koefisien Korelasi dan Korelasi Jalur.....	129
4.3.3	Koefisien Determinasi Total (R^2).....	131
4.3.4	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	132
4.3.5	Pengujian Variabel Lain (Epsilon)	133
4.3.6	Pengujian Hipotesis.....	134
4.3.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	134
4.3.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial	134
4.3.6.3	Pengujian Pengaruh <i>E-Commerce</i> (X_1) Terhadap <i>Business Success</i> (Y).....	135
4.3.6.4	Pengujian Pengaruh <i>Product Innovation</i> (X_2) Terhadap <i>Business Success</i> (Y).....	135
4.4	Hasil Pembahasan.....	136
4.4.1	Pembahasan <i>E-Commerce</i>	136
4.4.2	Pembahasan <i>Product Innovation</i>	137
4.4.3	Pembahasan <i>Business Success</i>	139
4.4.4	Pembahasan Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan <i>Product Innovation</i> Terhadap <i>Business Success</i>	140
4.5	Implikasi Hasil Penelitian	142
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	142
4.5.1.1	Gambaran <i>E-Commerce</i>	142
4.5.1.2	Gambaran <i>Product Innovation</i>	143
4.5.1.3	Gambaran <i>Business Success</i>	144
4.5.1.4	Hasil Penelitian Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan <i>Product Innovation</i> Terhadap <i>Business Success</i> pada Pelaku Usaha Sepatu Cibaduyut	144
4.5.2	Temuan Bersifat Empiris.....	146
4.5.3	Implikasi Hasil Penelitian <i>E-Commerce</i> dan <i>Product Innovation</i> Terhadap <i>Business Success</i> pada Pendidikan Bisnis.....	146
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		150
5.1	Kesimpulan.....	150
5.2	Rekomendasi	151
DAFTAR PUSTAKA.....		156
LAMPIRAN.....		165

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/ Kota Di Jawa Barat Tahun 2023	3
1.2	Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Belaku Menurut Lapangan Usaha Di Wilayah Kota Bandung (Miliar Rupiah) Tahun 2021-2023	4
1.3	Omset Penjualan Sepatu Di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung Per Hari Tahun 2020-2021.....	6
1.4	Kapasitas Produksi Sepatu Di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung Per Hari Tahun 2020-2021.....	7
1.5	Jumlah Tenaga Kerja Di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung Tahun 2020-2021	8
1.6	Hasil Pra Penelitian Gambaran Business Success Pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung.....	9
2.1	Definisi <i>E-Commerce</i> Menurut Para Ahli	25
2.2	Dimensi <i>E-Commerce</i> Menurut Para Ahli	26
2.3	Definisi <i>Product Innovation</i> Menurut Para Ahli	30
2.4	Dimensi <i>Product Innovation</i> Menurut Para Ahli	31
2.5	Definisi <i>Business Success</i> Menurut Para Ahli.....	34
2.6	Dimensi <i>Business Success</i> Menurut Para Ahli.....	36
2.7	Penelitian Terdahulu.....	39
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2	Jenis Dan Sumber Data	53
3.3	Hasil Uji Validitas Variabel X_1 (<i>E-Commerce</i>)	57
3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (<i>Product Innovation</i>).....	58
3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y (<i>Business Success</i>)	59
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas	61
3.7	Skor Alternatif.....	63
3.8	Analisis Deskriptif	64
3.9	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	65
3.10	Pedoman Interpretasi Pengaruh (Guilford).....	71
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	76
4.3	Karakteristik Berdasarkan Status Pernikahan	77
4.4	Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	78
4.5	Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha.....	78
4.6	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	79
4.7	Karakteristik Berdasarkan Kisaran Pendapatan	80
4.8	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Produksi	81
4.9	Karakteristik Berdasarkan Aplikasi <i>E-Commerce</i> Yang Digunakan Untuk Penjualan.....	82
4.10	Karakteristik Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi <i>E-Commerce</i>	83
4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Product Information</i>	84
4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Ease Of Use</i>	87

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.13	tanggapan Responden Terhadap <i>Security Level</i>	90
4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Level Of Trust</i>	93
4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Convenience</i>	96
4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang <i>E-Commerce</i>	99
4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Design Changes</i>	101
4.18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Technical Innovation</i>	104
4.19	Tanggapan Responden Terhadap <i>Product Development</i>	107
4.20	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang <i>Product Innovation</i>	110
4.21	Tanggapan Responden Terhadap <i>Competitif Advantage</i>	112
4.22	Tanggapan Responden Terhadap <i>Profitability</i>	115
4.23	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	118
4.24	Tanggapan Responden Terhadap <i>Company Survival</i>	121
4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang <i>Business Success</i>	125
4.26	Hasil Uji Normalitas	127
4.27	Hasil Uji Linieritas	128
4.28	Hasil Uji Linieritas	128
4.29	Hasil Uji Heteroskedastisitas	129
4.30	Matriks Korelasi Antara Dimensi <i>E-Commerce</i> (X_1), <i>Product Innovation</i> (X_2) Terhadap <i>Business Success</i> (Y)	130
4.31	Koefisien Determinasi X_1 Terhadap Y	131
4.32	Koefisien Determinasi X_2 Terhadap Y	131
4.33	Koefisien Determinasi Total X_1 Dan X_2 Terhadap Y	132
4.34	Hasil Uji Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung <i>E-Commerce</i> (X_1) Dan <i>Prodcut Innovation</i> (X_2) Terhadap <i>Business Success</i> (Y)	132
4.35	Hasil Uji Hipotesis Simultan	134
4.36	Uji Hipotesis Parsial	134
4.37	Pengujian Pengaruh <i>E-Commerce</i> (X_1) Terhadap <i>Business Success</i> (Y)	135
4.38	Pengujian Pengaruh <i>Product Innovation</i> (X_2) Terhadap <i>Business Success</i> (Y)	135

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Jumlah UMKM Indonesia.....	1
2.1	Model Proses Kewirausahaan Noore – Bygrave.....	16
2.2	Jenis-Jenis Inovasi Menurut Oslo Manual	23
2.3	Model <i>E-Commerce</i>	29
2.4	Model <i>E-Commerce</i>	29
2.5	Model <i>E-Commerce</i>	30
2.6	Model <i>Product Innovation</i>	33
2.7	Model <i>Product Innovation</i>	34
2.8	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>E-Commerce</i> Dan <i>Product Innovation</i> Terhadap <i>Business Success</i>	44
2.9	Paradigma Penelitian.....	45
3.1	Garis Kontinum Penelitian <i>E-Commerce</i> , <i>Product Innovation</i> , Dan <i>Business Success</i>	66
3.2	Diagram Jalur Hipotesis.....	69
3.3	Diagram Struktural <i>Path Analysis</i>	69
4.1	Peta Lokasi Sentra Sepatu Cibaduyut	74
4.2	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Product Information</i>	86
4.3	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Ease Of Use</i>	89
4.4	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Security Level</i>	92
4.5	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Level Of Trust</i>	95
4.6	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Convenience</i>	98
4.7	Garis Kontinum Penilaian Variabel <i>E-Commerce</i>	100
4.8	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Design Changes</i>	103
4.9	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Technical Innovation</i>	106
4.10	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Product Development</i>	109
4.11	Garis Kontinum Penilaian Variabel <i>Product Innovation</i>	111
4.12	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Competitive Advantage</i>	114
4.13	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Profitability</i>	117
4.14	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	121
4.15	Garis Kontinum Penilaian Dimensi <i>Company Survival</i>	124
4.16	Garis Kontinum Penilaian Variabel <i>Business Success</i>	126
4.17	Diagram Koefisien Korelasi Antar Sub Variabel	130

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Sk Pembimbing	166
2	Surat Izin Penelitian	171
3	Rekapitulasi Bimbingan Skripsi.....	174
4	Kuesioner Penelitian	177
5	Koding Variabel X Dan Y	183
6	Koding Identitas Responden	187
7	Koding Identitas Usaha	190
8	Validitas Dan Reabilitas	195
9	Hasil Pengolahan Data Verifikatif Menggunakan SPSS 24.0 For Windows	205

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, F. (2015). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Tauko Medan*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Abdullah, F. (2015). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Tauko Medan*. Univarsitas Sumatera Utara Medan.
- Abdullah, M. (2015). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. In *Aswaja Pressindo*.
- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., Faridi, A., Ramdany, R., Fitriani, R. J., Tania, P. O. A., Rahmiati, B. F., Lusiana, S. A., Susilawaty, A., Sianturi, E., & Suryana. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*.
- Ahmadi. (2020). Pengaruh E-Commerce, Promosi Penjualan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Implusif. *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 481–493.
- Aji, H. M., & Suharsono, S. (2021). Pengaruh Keamanan dan Privasi Terhadap Intensi Menggunakan Platform E-commerce. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 11(2), 145–160.
- Amelia, Wirastomo, J. T., & BR, K. S. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Serta Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang Di Cikarang Pusat). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1368–1377. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1330>
- Aniyati, I., & Indayani, L. (2023). Global Marketing Success: Market Orientation, Innovation, Competitive Advantage. *Academia Open*, 8(1), 6–21.
- Antari, N. P. D., Basmantra, I. N., Eka Saputra, U. W., & Prasetya Bandem, I. G. A. (2022). Dominasi Keterampilan Wirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Pada UMKM Perak Celuk. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 10–18. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i1.270>
- Aprila, P., Handayani, A., Himawan, A. F. I., & Cahyadi, N. (2023). Pengaruh Lama Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Umkm Furnitur Di Menganti. *Sibatik Journal | Volume*, 2(8), 2461–2468.
- Arda, M., & Pulungan, D. R. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Kesuksesan Pengadopsian E-Commerce Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Medan. *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 2(2), 100–108.
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 168–178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- Ardiyanto, R. (2021). *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Tas Di Leuwi Panjang Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.
- Armanda, M. R., & Mala, I. K. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kuliner Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(2), 122–136.
- Asnawati. (2021). *Kewirausahaan Teori dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis* (1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Onlie Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millenial di Blitar. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 429–438.
- Bhagar, R., R, S. R., & Sambargi, S. (2019). Evaluation of Personal Innovativeness and Perceived Expertise on Digital Marketing Adoption by Women Entrepreneurs of Micro

- and Small Enterprises. *IJRAR*, 6(1), 338–351.
- Bharadwaj, S., & Menon, A. (2020). The impact of creativity on product innovation: An integrative model and review. *Journal of Product Innovation Management*, 37(1), 65–85.
- Bisht, N. S., Joshi, A., & Belwal, R. (2000). E-Commerce and Globalisation. *PARADIGMA*, 4(1), 77–84.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2011). *Entrepreneurship* (2nd ed.). Wiley.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2014). *The Portable MBA in Entrepreneurship*.
- Chan, B., & Al-Hawamdeh, S. (2002). The development of e-commerce in Singapore: The impact of government initiatives. *Business Process Management Journal*, 8(3), 278–288.
- Chaniago, H. (2022). The effect innovation cloning to small business success: entrepreneurial perspective. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(52), 1–18. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00245-0>
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The Effect of Word of Mouth on Sales: Online book Review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(2), 109–117.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Daulay, R. W., & Ramadini, F. (2013). Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Foto Copy Dan Alat Tulis Kantor. *Media Informasi Manajemen*, 1(4).
- Delone, W. H., & Mclean, E. R. (2004). Measuring e-Commerce Success: Applying the DeLone & McLean Information Systems Success Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(1), 31–47.
- Destany, Z. R., Suhaeni, T., & Putri, I. S. S. (2022). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Kreatif Sepatu Cibaduyut Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(2), 1–14.
- Dewi, I. A., & Sari, M. W. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi E-commerce oleh Usaha Kecil di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 178–191.
- Dewi, N. L. M. A. A., & Devi, S. (2021). Analisis Determinan Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha UMKM Sektor Perdagangan Bidang Fashion Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 316–326.
- Dewi, S. T. (2006). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasaar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Bati di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*.
- Dinar, M., Ahmad, I. S., & Hasan, M. (2020). *Kewirausahaan* (1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Drucker, P. F. (1996). *Inovasi dan Kewirausahaan: Praktek dan Dasar-Dasar*. Erlangga.
- DS, G. O., & Trimeiningrum, E. (2018). Pengaruh Percaya Diri Dan Keberanian Mengambil Risiko Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Makanan Ringan Di Kota Semarang; Studi Kasus Pada Sentra Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya di Kota Semarang. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Perpajakan*, 1(1), 26–40.
- Elliyana, E., & Sulistiyono, D. (2020). *Buku Ajar Kewirausahaan* (1st ed.). Ahlimedia Press.
- Enjellika, R., & Ratnasari, K. (2023). Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Warung Pangan. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 410–418.
- Fauziah, N. (2023). *Wisata Cibaduyut, Surganya Sepatu di Bandung yang Terkenal Sejak Zaman Belanda*. Travel.Okezone.Com. <https://travel.okezone.com/read/2023/01/28/408/2754806/wisata-cibaduyut-surganya-sepatu-di-bandung-yang-terkenal-sejak-zaman-belanda?page=1>
- Firmansyah, A., & Roosmawarni, A. (2019). *KEWIRAUSAHAAN (Dasar dan Konsep)*.
- Fitriah, Murjana, I. M., & Suardana, I. M. S. (2020). Pengaruh Penggunaan Informasi

- Akuntansi, Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecamatan Pringgabayakabupaten Lombok Timur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.54712/aliansi.v3i2.178>
- Fitriyani, L., & Supriyadi, B. (2020). Peran Pendidikan Menengah dalam mendorong Kewirausahaan di Sektor Industri Kreatif: Studi Kasus pada Pengusaha Sepatu di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(3), 77–91.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Franco, E. G., Rodrigues, A. L., & Lima, M. D. (2021). The impact of Industry 4.0 technologies on footwear industry performance: A case study in Europe. *Journal of Manufacturing System*, 59, 162–176.
- Frederick, H. H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). *Entrepreneurship Theory, process and practice Asia-Pacific edition*. Thomson.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giawa, M. (2022). *PENGARUH MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA SALON DI KOTA MEDAN*.
- Gunawan, A., & Arifin, T. (2020). Efisiensi Biaya Produksi dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Sepatu di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(3), 201–215.
- Gupta, A., Srivastava, S., & Kumar, P. (2020). 3D Printing Technology: An Overview of Applications in the Footwear Industry. *Journal Manufacturing Technology Management*, 31(2), 233–250.
- Gustamam, R., Samsuri, & Ismartaya. (2023). the Influence of Entrepreneurship Attitude, Motivation, and Product Innovation on the Success of Micro, Small and Medium Enterprises (Ukm) in Cibungbulang District. *Karimah Tauhid*, 2(2), 562–571.
- Handoko, D., & Suryana, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kejuruan Terhadap Kewirausahaan di Indonesia: Studi pada lulusan SMK yang menjadi Wirausaha. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 150–167.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriana, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Pustaka Ilmu*.
- Hartono, B., & Wibowo, T. (2019). Pengaruh Sosial dan Ekonomi Terhadap Kesuksesan Pengusaha dalam Industri Sepatu. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(4), 87–99.
- Haryanti, S. S., & Nursusila, L. (2016). Membangun Kinerja Pemasaran berbasis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Kerajinan Gitar di Kabupaten Sukoharjo). *AKTUAL*, 2(1), 1–19.
- Haryanto, B., & Sutrisno, A. (2019). Gender dan Peran Perempuan dalam Industri Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Industri*, 14(3), 110–125.
- Hassanein, K., & Head, M. (2007). Manipulating Perceived Social Presence Through the Web Intercafe and its Impact on Attitude Towards Online Shopping. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(8), 689–708.
- Hikmawati, F. (2020). METODOLOGI PENELITIAN. In *RAJAWALI PRES* (Vol. 4, Issue 1). RAJAWALI PRES.
- Indrajit, R. E. (2002). *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*. Aptikom.
- Irawan, B. R. (2015). Dampak Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Peluncuran Produk Baru Dalam Industri Rokok). *Agora*, 3(1), 127–137.
- Ismail, S. F. (2020). *Pengaruh Strategi Bersaing Dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pelaku Usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan*

- Bangunan Di Kabupaten Cianjur Bagian Wilayah Utara). Universitas Komputer Indonesia.*
- Jennings, J. E., & McDougald, M. S. (2007). Work-Family Interface Experiences and Coping Strategies: Implications for Entrepreneurship Research and Practice. *Academy of Management Review*, 32(3), 747–760.
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Angelo Store Ubud Bali. *VALUES*, 2(2), 373–385.
- Juliani, T. G. (2023). Pengaruh Lokasi , Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarame Di Graha Asri Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 249–259.
- Juwitasari, A. (2024). *Pusatnya Produksi Alas Kaki, Kenalan dengan Sentra Kerajinan Sepatu Kulit di Cibaduyut*. UKMINDONESIA.ID.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th ed.). Upper Saddle River New Jersey: Prentice – Hall International.
- Kusnadi, & Novita, Y. (2020). *Kewirausahaan* (3rd ed.). Cahaya Firdaus.
- Kusuma, N. T., & Atmaja, P. T. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Provinsi Yogyakarta. *Jurnal UMKM Dewantara*, 1(1), 46–51.
- Lestari, F. (2013). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung*. 8, 14–27.
- Lim, C. H., & Teoh, K. B. (2021). Factors influencing the SME business success in Malaysia. *Annals of Human Resource Management Research*, 1(1), 41–54. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v1i1.380>
- Limanseto, H. (2023). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Lussier, S. H. R. (2016). Why Businesses Succeed or Fail : A Study on Small Businesses in Pakis. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 2, 8(1).
- Maheswara, A. K. (n.d.). *the Influence of Characteristics of Business Activities and Government Policies on Msme Business Success in Bekasi During the Covid-19*. 1–15.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184–190.
- Maisaroh, M. (2019). KAJIAN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UKM (STUDI KASUS SENTRA INDUSTRI KONVEKSI DUSUN MLANGI DAN SAWAHAN NOGOTIRTO GAMPING SLEMAN YOGYAKARTA). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(2).
- Mansur, A., Rahmawati, A., & Nugraha, F. (2021). E-commerce Adoption and Its Impact on Business Performance in the Footwear Industry. *Journal of Business and Retail Management Research*, 15(2), 138–150.
- Melati, I. (2019). *PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Mulia, F., & Sari, W. P. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(2), 968–977.

- Mutia, R. (2012). *Internet Yang Membangun Dunia E-Commerce*. Unpas.Ac.Id.
- Nada, N. F. (2024). *Rahasia Sukses Bisnis di E-commerce*. Telkom University. <https://bms.telkomuniversity.ac.id/rahasia-sukses-bisnis-di-e-commerce/>
- Nagel, P. J. F., & Suhartatik, A. (2022). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Makanan Minuman Di Surabaya. *Prosiding HUBISINTEK*, 1024–1043.
- Nilsson, C., Larsson, A., & Welander, E. (2020). Fraud detection in e-commerce: exploring machine learning methods. *Journal of Business Research*, 102, 135–145.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal EMA: Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 5(2), 100–109.
- Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial*. PT Raja Grafindo Persada.
- Novianti, A., & Suharto, E. (2020). Kapasitas Produksi dan Tantangan UMKM Sepatu di Indonesia: Studi Kasus di Bandung. *Jurnal Industri Dan Teknologi*, 12(1), 34–45.
- Nugroho, Y. A. (2021). *Pasang Surut Sepatu Cibaduyut, Dari Cicit sampai Buyut*. Merahputih.Com. <https://merahputih.com/post/read/pasang-surut-sepatu-cibaduyut-dari-cicit-sampai-buyut>
- Nurwani, & Safitri, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Sentra Dodol di Kec. Tanjung Pura). *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(1), 37–52. <https://doi.org/10.30596/liabilities.v2i1.3332>
- OECD. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (3rd ed.). OECD Publishing & Eurostat.
- Osei, C. D., Amankwah-Amoah, J., & Khan, Z. (2020). Product design innovation and firm performance: Examining the role of dynamic capabilities in the footwear industry. *Journal of Business Research*, 117, 339–348.
- Prasetyo, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarta, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludim, Harmayani, Putra, S. H., Irdawati, Ardiana, D. P. Y., Purba, B., & Manullang, S. O. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Prasetyo, M., & Mulya, R. (2022). Analisis Kreativitas dalam Pengembangan Produk Sepatu di UMKM. *Jurnal Manajemen & Inovasi Bisnis*, 12(1), 45–58.
- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1–12. <https://doi.org/10.59561/jmeb.v1i01.92>
- Prasetyo, R., & Kurniawati, D. (2019). Faktor Penentu Kesuksesan Pengusaha Sepatu di Indonesia: Tinjauan dari Usia dan Pengalaman Kerja. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 17(1), 45–60.
- Prasetyo, Y., & Wibowo, D. (2020). Strategi Bersaing Perusahaan Sepatu Lokal dalam Menghadapi Persaingan Pasar di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 103–115.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pascal Books.
- Priandewi, N. M. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk di E-Commerce Lazada. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 419–433.
- Purnomo, B., & Purnomo, B. R. (2017). Pengembangan Produk dan Inovasi Produk pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi pada PT Panguji Luhur Utama). *Jurnal Maksipreneur*, 6(2), 27–35.
- Puspa, D. (2020). *PENGARUH MODAL MANUSIA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MELALUI INOVASI PRODUK (SURVEI PADA UMKM INDUSTRI KREATIF SUB SEKTOR INDUSTRI PASAR BARANG SENI LUKISAN TANGAN KELURAHAN JELEKONG KAB. BANDUNG)*. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Puspitasari, R., & Hakim, L. (2022). Analisis Sistem Keamanan pada Platform E-commerce di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 5(1), 95–110.
- Rachmawati, D., & Nugroho, A. (2021). Penggunaan E-Commerce oleh UMKM di Masa Pandemi COVID-19: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(1), 55–70.
- Rahardjo, T. (2021). Tantangan Pengembangan Produk Baru di Industri Sepatu Indonesia. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 6(2), 34–45.
- Raharjo, S., & Santoso, B. (2021). Stagnasi Pertumbuhan Penjualan pada Industri Sepatu di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 11(4), 219–231.
- Rahmadani, L., & Suryana, B. (2021). Analisis Pertumbuhan Laba dalam Industri Sepatu Indonesia: Tantangan dan Peluang di Tengah Persaingan Global. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(1), 77–90.
- Ramadan, W., & Suheri, T. (2020). Identifikasi Pengaruh Sentra Industri Kreatif Sepatu Cibaduyut Terhadap Sosial dan Ekonomi Masyarakat Lokal (Studi Kasus: Kecamatan Bojongloa Kidul). *Jurnal Wilayah Dan Kota*, 08(02), 45–54.
- Raze, A. (2022). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Omzet Penjualan Handphone Azilla Ponsel Pada Masa Pandemi Covid-19*.
- Rehatalanit, Y. L. . (2016). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5, 62–69.
- Republik Indonesia. (2002). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi* (pp. 1–35).
- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional* (pp. 1–42).
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)* (pp. 1–31).
- Rifa'i, M., & Husinsah. (2022). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (1st ed.). Perdana Publishing.
- Rinaldi, O. (2021). *Implementasi Kiat-Kiat The Islamic Of Entrepreneur untuk Menghadapi Peluang dan Tantangan dalam Berbisnis*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Risdiyanti, R. (2019). *ENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI PISA SENTRA PENGRAJIN BONEKA KOPO SAYATI KABUPATEN BANDUNG)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Riyanti, B. P. D. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Grasindo.
- Rizal, R., Sudarsono, R., & Aulia, R. (2020). E-commerce and Its Impact on Operational Efficiency of SMEs in Footwear Sector. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Bisnis*, 9(1), 45–58.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN Panduan Bagi Peneliti Pemula. In *Pusaka Almada* (Vol. 4, Issue 1).
- Safitri, N. G., Mulyadi, H., & Furqon, C. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Jaringan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Komunitas Kedai Kopi Subang Menyeduh). *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 808–818.
- Sahir, S. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. KBM INDONESIA.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) Dan Aplikasinya*.
- Saputra, A. R., Nuryanti, B. L., & Utama, R. D. H. (2019). Pengaruh Electronic Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha Di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 18(2), 81–90. <https://doi.org/10.17509/strategic.v18i2.17596>
- Saraswati, M. A. (2020). *ANALISIS PENGARUH ADOPTSI E-COMMERCE TERHADAP KEBERHASILAN UMKM BIDANG KULINER DI KELURAHAN TLOGOSARI*

- SEMARANG. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Saraswati, S. D. (2021). Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keamanan Transaksi Pembayaran di E-commerce. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 10(1), 45–52.
- Sari, P. N. I. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Oleh Mahasiswa Di Pekanbaru*.
- Sari, R. P., & Sunarto, D. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Faktor-Faktor Penentu dan Implikasinya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 144–158.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk). In *Bank Indonesia dan LPPI. lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia*.
- Sarwono, J. (2011). Mengenal Path Analysis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.).
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Setiawan, D., & Kurniasari, A. (2021). Pengaruh Status Pernikahan Terhadap Kinerja Kewirausahaan: Studi pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen*, 15(2), 120–133.
- Setyawan, I., & Kurniasari, R. (2020). Dinamika Gender dalam Pengelolaan Industri Kreatif Sepatu di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(2), 55–70.
- Smith, H. J., Dinev, T., & Xu, H. (2011). Information privacy research: An interdisciplinary review. *MIS Quarterly*, 35(4), 989–1015.
- Su, Y., Liu, Y., & Wang, W. (2019). The role of innovation in product development: Evidence from the footwear industry. *Journal of Business Research*, 103, 104–112.
- Suarmawan, K. A. (2015). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN USAHA DI DESA BULIAN , KEC . KUBUTAMBAHAN). *Universitas Pendidikan Ganesha*, 5(1), 1–10.
- Sudiantini, D., Adelia, L., Prastiwi, L., Kembaren, L. B., & Qhozi, M. D. S. (2023). Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Sebuah Kinerja UMKM. *SINOMIKA JOURNAL*, 1(6), 1641–1650.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *JLABI: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 153–165.
- Sulastri, S., Nuryanti, B. L., Mulyadi, H., & Fadhillah, F. (2021). Pengaruh Electronic Commerce Terhadap Daya Saing Usaha UMKM. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 6(3), 58–68.
- Sulistiyorini, P., Royanti, N. I., & Yunianto, E. (2014). Pengaruh Adopsi E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pedagang Batik Di Pasar Grosir Setono). *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 7. <https://doi.org/10.54911/litbang.v7i0.87>
- Suliswiyadi. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Konsep & Aplikasi)*. CV. SIGMA.
- Sunarti, D., & Fauziah, I. (2020). Dampak Penggunaan Tenaga Kerja pada Kinerja UMKM: Studi Kasus di UMKM Sektor Manufaktur di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(3), 210–225.
- Suparno, E., & Priyanto, D. (2018). Studi Keberlangsungan UMKM di Indonesia: Faktor-Faktor yang mempengaruhi Usia usaha dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1), 14–23.
- Supriyadi, A., Nugroho, B., & Santoso, T. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap

- Kinerja Bisnis di Industri Sepatu. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(3), 221–232.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *METODE PENELITIAN*. KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses* (4th ed.). Salemba Empat.
- Suryani, A. (2022). Analisis Faktor Keunikan Desain dalam Industri Sepatu Lokal: Sebuah Studi Kasus di Indonesia. *Jurnal Inovasi Produk*, 11(1), 89–102.
- Suryani, L., & Wijayanti, I. (2021). Usia Pengusaha dan Pengaruhnya Terhadap Inovasi dan Kesuksesan di Industri Manufaktur Sepatu. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), 120–135.
- Suryani, N., & Kartika, D. (2021). Digitalisasi UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 36(2), 112–126.
- Suryaningrum, D., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Manajemen Produk di Platform E-commerce Terhadap Kepuasan Penjual pada Industri Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen UMKM*, 9(1), 45–57.
- Sutrisno, A., & Haryanto, D. (2021). Analisis Loyalitas Pelanggan dalam Industri Sepatu di Indonesia: Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Implikasinya. *Jurnal Riset Manajemen*, 14(3), 125–137.
- Sutrisno, R. (2021). Analisis Adopsi Teknologi Baru dalam Industri Sepatu Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi*, 14(3), 47–58.
- Syahza, A. (2021). *Buku Metodologi Penelitian , Edisi Revisi Tahun 2021*. UR Press.
- Syarfan, L. O. (2023). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Eureka Media Aksara.
- Syariati, A. (2022). *Kewirausahaan (Cara Mudah Memulai Usaha)*. CV. Berkah Utami.
- Tehseen, S., Johara, F., Halbusi, H. Al, Islam, M. A., & Fattah, F. A. M. A. (2023). Measuring dimensions of perceived business success among Malaysian and Bangladeshi SME owners. *Rajagiri Management Journal*, 17(2), 102–124.
- Thompson, J., Yang, S., & Stiglitz, R. (2020). Product innovation and market entry in the footwear industry. *International Journal of Innovation Management*, 24(4), 203–217.
- Ulum, P., Rusnaini, S., & Febiola, E. (2023). Pengaruh Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Muara Bungo. *JASIORA (Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora)*, 7(1), 85–96.
- Umar. (2008a). *Uji Normalitas Kuantitatif*. Gramedia Pusaka Utama.
- Umar, H. (2008b). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Utama, D. H., Fadhlurrahman, R., Mulyadi, H., Nuryanti, B. L., & Lubis, A. R. (2023). Effect of E-Commerce on Business Growth in MSME Entrepreneurs Jeans Cihampelas Bandung. *Atlantis Press, 7th Global*, 912–917. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_94
- Veronika, & Yustinus. (2022). Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success. *Journal Economies MDPI*, 10(10), 1–21.
- Victor, & Nikita, S. (2023). Analisis Pengaruh Inovasi Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(1), 101–108.
- Wibowo, A. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wijaya, A. P., & Sari, Y. D. (2019). Peran Jumlah Karyawan Terhadap Kinerja Usaha Mikro di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 8(2), 134–146.
- Wulandari, Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA PENGAMBILAN

- KEPUTUSAN DALAM BERWIRAUSAHA DI SANGGAM MART KABUPATEN BALANGAN. *E-JRA (E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi)*, 9(4), 68–82.
- Yohanes, C. H., & Indriyani, R. (2013). Peranan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Batik Tanjung Bumi Ibu Haji Masudi. *Agora*, 1(1), 1–12.
- Yuniarti, Y., & Raharja, S. J. (2016). FACTOR ANALYSIS OF FOOTWEAR INDUSTRY COMPETITIVENESS CIBADUYUT BANDUNG. *Jurnal AdBispreneur*, 1(3), 243–250.
- Zahara, M. P., Sari, D. P. P., & Samsiah, S. (2022). THE EFFECT OF E-COMMERCE, BUSINESS CAPITAL, ACCOUNTING INFORMATION, AND ENTREPRENEURSHIP CHARACTERISTICS ON BUSINESS SUCCESS (CASE STUDY ON SMEs CAFFE AND PEKANBARU RESTAURANT IN GOFOOD APPLICATION). *Research In Accounting Journal*, 2(5), 684–689.
- Zhao, Y., & Harris, L. (2021). The Digital Transformation of Small Business in Emerging Market: A Study of E-commerce Platform in Southeast Asia. *International Journal Of Digital Commerce*, 15(2), 75–90.
- Zimmer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Salemba Empat.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). Salemba Empat.
- Zimmerer, W. T., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship The New Venture Formation*. Prentice-Hall International.