

No. Daftar FPEB : 465/UN40.A7.D1/PI/2020

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING**  
**(Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**  
**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan  
Program Studi Pendidikan Bisnis



Oleh  
**Ervina Nurfalah**  
**1606159**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**  
**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI BISNIS**  
**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**  
**2020**

Ervina Nurfalah, 2020  
***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING**  
**(Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

Oleh:  
Ervina Nurfalah  
1606159

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

©Ervina Nurfalah  
Universitas Pendidikan Indonesia  
September 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

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

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING**  
**(Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

**Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:**

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si.  
NIP. 19590515 198601 1 001

Pembimbing II



Drs. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si.  
NIP. 19640823 199302 1 001

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Pendidikan Bisnis



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.  
NIP. 19820830 200502 2 003

Tanggung Jawab Yuridis

Ada pada Penulis



Ervina Nurfalah

1606159

**Ervina Nurfalah, 2020**

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## ABSTRAK

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi pengusaha muda mengenai seberapa besar pengaruh desain produk terhadap daya saing. Survei dilakukan pada UMKM sarung tenun Majalaya Kabupaten Bandung dengan populasi sebesar 56 pengusaha. Hasil penelitian menggunakan analisis jalur (path) mengungkapkan bahwa desain produk memiliki pengaruh positif terhadap Daya Saing pada pengusaha sarung tenun di Majalaya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $18.241 > 2,78$  yang menyebabkan  $H_0$  ditolak. Artinya desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing dalam UMKM sarung tenun Majalaya. Ini menunjukkan bahwa semakin baik desain produk, semakin baik pula daya saing pengusaha di Majalaya Kab.Bandung. Proses bisnis pada skala UMKM diharapkan untuk menggunakan Desain Produk lebih diperbaiki lagi sehingga dapat meningkatkan Daya Saing. Proses bisnis ini diharapkan dapat meningkatkan desain produk penjualan dan mengikuti perkembangan zaman sehingga mempermudah pengusaha untuk meningkatkan daya saing kewirausahaannya.

**Kata Kunci:** Desain Produk, Daya saing, UMKM.

*Abstract: The purpose of this study was to determine the perceptions of young entrepreneurs about how much influence product design has on competitiveness. The survey was conducted at UMKM Majalaya woven sarong in Bandung Regency with a population of 56 entrepreneurs. The results of the study using path analysis reveal that product design has a positive effect on competitiveness of woven sarong entrepreneurs in Majalaya. This is indicated by the value of  $t_{count} > t_{tabel}$ , namely  $18,241 > 2.78$  which causes  $H_0$  to be rejected. This means that product design has a significant effect on the competitiveness of UMKM Majalaya woven sarongs. This shows that the better the product design, the better the competitiveness of entrepreneurs in Majalaya, Bandung Regency. Business processes at the scale of MSMEs are expected to be further improved so as to increase competitiveness. This business process is expected to improve the design of sales products and keep up with the times so as to make it easier for entrepreneurs to increase their entrepreneurial competitiveness.*

**Keywords:** Product Design, Competitiveness, UMKM.

Ervina Nurfalih, 2020

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI .....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMA KASIH .....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Rumusan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	11
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.1.1 Desain Produk Dalam <i>Entrepreneurship</i> .....	11
2.1.1.1 Kewirausahaan .....	11
2.1.1.2 Proses Kewirausahaan .....	11
2.1.1.3 Inovasi .....	13
2.1.1.4 Inovasi Produk .....	14
2.1.1.5 Desain produk .....	15
2.1.5.1 Dimensi Desain .....	16
2.1.2 Daya saing dalam kewirausahaan .....	18
2.1.2.1 Kewirausahaan .....	18
2.1.2.2 Daya saing .....	18
2.1.7 Pengaruh Desain Produk terhadap Daya Saing .....	20
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	22
2.2 Kerangka berfikir .....	24
2.3 Kerangka Penelitian .....	27
2.4 Hipotesis .....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	28
3.1 Objek Penelitian .....	28

3.2	Metode Penelitian.....	28
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	28
3.2.2	Operasional Variable.....	29
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.2.4	Populasi dan Sampel .....	33
3.2.4.1	Populasi .....	33
3.2.4.2	Sampel .....	33
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.6	Pengujian Validitas dan Realibilitas .....	36
3.2.6.1	Pengujian Validitas.....	36
3.2.6.2	Hasil Pengujian Validitas .....	37
3.2.6.3	Pengujian Realibilitas.....	40
3.2.7	Teknik Analisis Data.....	42
3.2.7.1	Analisis Data Deskriptif .....	44
3.2.7.2	Garis Kontinum .....	46
3.2.7.3	Analisis Explanatif Menggunakan Path Analysis .....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1	Profil UMKM Sarung Tenun Majalaya.....	53
4.1.1	Profil UMKM .....	53
4.1.2	Sejarah Singkat .....	54
4.1.3	Karakteristik UMKM Sarung Tenun Majalaya Kabupaten Bandung ..	56
4.2.	Analisis Deskriptif.....	61
4.2.1	Tanggapan Desain Produk pada UMKM Sarung Tenun Majalaya.....	61
4.2.1.1	Dimensi Estetika .....	61
4.2.1.2	Dimensi Fungsional .....	63
4.2.1.3	Dimensi Symbolisme.....	66
4.2.2	Tanggapan Responden mengenai Daya Saing pada UMKM Sarung Tenun Majalaya .....	69
4.2.2.1	Dimensi Biaya.....	69
4.2.2.2.	Dimensi Kualitas.....	72
4.2.2.3.	Dimensi Waktu Penyampaian.....	74
4.2.2.4.	Dimensi Fleksibilitas .....	77
4.3.	Pengujian Hipotesis .....	79
4.3.1.	Pengujian Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi .....	79

**Ervina Nurfalah, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.3.2 Pengujian Koefisien Determinasi Total .....	80
4.3.3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	81
4.3.4 Koefisien Jalur Variabel Lain (Epsilon) .....	82
4.3.5. Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	83
4.3.6. Pengujian Secara Parsial.....	83
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.5.1. Pembahasan Desain Produk.....	85
4.5.2. Pembahasan Daya Saing.....	88
4.5.3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Daya Saing .....	92
4.5. Implikasi Penelitian .....	94
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis .....	94
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	96
4.5.3 Implikasi Hasil Penelitian Desain Produk Terhadap Daya Saing Pada Program Studi Pendidikan Bisnis .....	97
4.5.4 Implikasi Hasil Penelitian Desain Produk Terhadap Daya Saing Pada Para pengusaha UMKM Sarung Tenun Majalaya .....	100
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Rekomendasi .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN .....	114
Lampiran 4. 1 SK PEBIMBING .....	115
Lampiran 4. 2 REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI .....	119
Lampiran 4. 3 SURAT PENGANTAR & ANGKET PENELITIAN .....	124
Lampiran 4. 4 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X .....	132
Lampiran 4. 5 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y .....	137
Lampiran 4. 6 HASIL UJI RELIABILITAS.....	142
Lampiran 4. 7 KODING KARAKTERISTIK DAN PENGALAMAN RESPONDEN .....	144
Lampiran 4. 8 KODING VARIABEL X (DESAIN PRODUK) .....	148
Lampiran 4. 9 KODING VARIABEL Y (DAYA SAING).....	152
Lampiran 4. 10 HASIL PENGOLAHAN DATA EKSPLANATIF MENGUNAKAN SPSS 23.0 FOR WINDOWS .....	156
Lampiran 4. 11 CURRICULUM VITAE.....	159

**Ervina Nurfalih, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1	DAYA SAING UMKM SARUNG TENUN DI MAJALAYA	3
TABEL 1. 2	DESAIN PRODUK UMKM SARUNG TENUN DI MAJALAYA	6
TABEL 2. 1	TABEL PENELITIAN TERDAHULU	22
TABEL 3. 1	OPERASIONAL VARIABEL	30
TABEL 3. 2	JENIS DAN SUMBER DATA	33
TABEL 3. 3	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36
TABEL 3. 4	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL X	38
TABEL 3. 5	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL Y	39
TABEL 3. 6	HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS	42
TABEL 3. 7	KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN	45
TABEL 3. 8	PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH (GUILFORD)	52
TABEL 4. 1	KARAKTERISTIK DESAIN PRODUK PADA MOTIF SARUNG TENUN MAJALAYA	56
TABEL 4. 2	KARAKTERISTIK UMKM SARUNG TENUN MAJALAYA BERDASARKAN LOKASI	58
TABEL 4. 3	KARAKTERISTIK BERDASARKAN PENYEBARAN DAERAH PEMASARAN	59
TABEL 4. 4	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN LAMA USAHA	60
TABEL 4. 5	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI ESTETIKA PADA DESAIN PRODUK	61
TABEL 4. 6	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI FUNGSIONAL PADA DESAIN PRODUK	64
TABEL 4. 7	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI SYMBOLISME PADA DESAIN PRODUK	67
TABEL 4. 8	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI BIAYA PADA DAYA SAING	69
TABEL 4. 9	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI KUALITAS PADA DAYA SAING	72
TABEL 4. 10	TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI WAKTU PENYAMPAIAN PADA DAYA SAING	75

**Ervina Nurfalih, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



TABEL 4. 11 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DIMENSI FLEKSIBILITAS PADA DAYA SAING .....	77
TABEL 4. 12 HASIL UJI KOEFISIEN JALUR DAN KOEFISIEN KORELASI .....	79
TABEL 4. 13 KOEFISIEN DETERMINASI TOTAL $X_1$ , $X_2$ , DAN $X_5$ TERHADAP Y .....	80
TABEL 4. 14 PENGARUH ESTETIKA ( $X_1$ ), FUNGSIONAL ( $X_2$ ) DAN SYMBOLISME ( $X_3$ ) TERHADAP DAYA SAING (Y) .....	81
TABEL 4. 15 PENGUJIAN SECARA SIMULTAN .....	83
TABEL 4. 16 HASIL UJI HIPOTESIS SIMULTAN.....	83
TABEL 4. 17 UJI HIPOTESIS SECARA PARSIAL.....	84
TABEL 4. 18 PENGUJIAN PARSIAL TERHADAP DAYA SAING.....	84
TABEL 4. 19 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DESAIN PRODUK.....	85
TABEL 4. 20 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP DAYA SAING.....	88
TABEL 4. 21 HASIL PENGUJIAN NORMALITAS.....	90

**Ervina Nurfalih, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2. 1. MODEL PROSES KEWIRAUSAHAAN MOORE-BYGRAVE .....	12
GAMBAR 2. 2 KERANGKA BERFIKIR PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING.....	26
GAMBAR 2. 3 PARADIGMA PENELITIAN.....	27
GAMBAR 3. 1 GARIS KONTINUM .....	46
GAMBAR 3. 2 STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL X TERHADAP Y .....	47
GAMBAR 3. 3 DIAGRAM JALUR HIPOTESIS UTAMA PENGARUH X TERHADAP Y .....	48
GAMBAR 3. 4 DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS .....	49

**Ervina Nurfalah, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 4. 1 SK PEBIMBING .....	115
Lampiran 4. 2 REKAPITULASI BIMBINGAN SKRIPSI .....	119
Lampiran 4. 3 SURAT PENGANTAR & ANGKET PENELITIAN .....	124
Lampiran 4. 4 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X .....	132
Lampiran 4. 5 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y .....	137
Lampiran 4. 6 HASIL UJI RELIABILITAS.....	142
Lampiran 4. 7 KODING KARAKTERISTIK DAN PENGALAMAN RESPONDEN .....	144
Lampiran 4. 8 KODING VARIABEL X (DESAIN PRODUK) .....	148
Lampiran 4. 9 KODING VARIABEL Y (DAYA SAING).....	152
Lampiran 4. 10 HASIL PENGOLAHAN DATA EKSPLANATIF MENGUNAKAN SPSS 23.0 FOR WINDOWS .....	156
Lampiran 4. 11 CURRICULUM VITAE.....	159

**Ervina Nurfalah, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR PUSTAKA

- Aboyassin, Naser A. Abood, Najim. (2013). The Effect of Ineffective Leadership on Individual and Organization Performance in Jordanian Institutions. *International Business Journal*. Vol 23 No 1 Pp 68-84
- Adam, Everett E, Jr. dan Ebert, Ronald J., *Production and Operation Management : Concepts, Models, and Behaviour*, Fifth Edition. Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, 1996
- Aminudin, A. (2016). Pengaruh Desain Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Tas Baleno Kabupaten Garut.
- Archer, L. B., (1965). *Systematic Method for Designers*. London: The Design Council
- Baron, R. A, & Byrne, D. E. (2004). *Social Psychology* (10th ed). USA: Pearson.
- Belk, Russell W. (1988), "Possessions and the Extended Self," *Journal of Consumer Research*, 15 (2), 139–68.
- Besanko, D., Dranove, D. and Shanley, M. (2nd ed) (2000), *Economics of Strategy*, John Wiley & Sons, NY.
- Bharadwaj, A. S., Bharadwaj, S. G., & Konsynski, B. R. (1999). Information Technology Effects on Firm Performance as Measured by Tobin's Q. *Management Science*, 45, 1008-1024.
- Bhave, M.P. (1994). A Process Model of Entrepreneurial Venture Creation. *Journal of Business Venturing*, 1, 223-242.
- Bilson Simamora, 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Bird, G. Barbara J. dan West, P (1998). *Time and Entrepreneurship*. American University: Volume: 22 issue: 2, page(s): 5-9
- Bloch, Peter H. (2011), "Product Design and Marketing: Reflections After Fifteen Years," *Journal of Product Innovation Management*, 28 (3), 378–80.
- Boztepe, Suzan (2007), "User Value: Competing Theories and Models," *International Journal of Design*, 1 (2), 55–63.
- Brush, C. G., Ceru, D. J., & Blackburn, R. (2009). Pathways to entrepreneurial growth: the influence of management, marketing, and money. *Business Horizons*, 52(5), 481-491.

**Ervina Nurfalah, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Buchori Alma, 2015, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung.
- Bygrave, William, & Zacharakis, Andrew. (2011). *Entrepreneurship*, (2nd Edition). United State .Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cahyadiana, W. (2018). Pengaruh Desain Poduk Terhadap Tingkat Penjualan, 2(1), 1–8.
- Carter, B., Danford, A. Howcroft, D., Richardson, H., Smith, A., & Taylor, P. (2015). Uncomfortable truths – Teamworking under lean in the UK. *The International Journal of Human Resource Management*,
- Chen, C. J., dan Huang. 2009. Strategic Human Resources Practices and Innovation Performance: the Mediating Role of Knowledge Management Capacity. *Journal of Business Research*, 62(1): 104-114.
- Creusen, Mariëlle E.H. and Jan P.L. Schoormans (2005), “The Different Roles of Product Appearance in Consumer Choice,” *Journal of Product Innovation Management*, 22 (1), 63–81.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Dean, J. W. J., Ramirez, R., & Ottensmeyer, E. (1997). An aesthetic perspective on organizations. In C. L. Cooper & S. E. Jackson (Eds.), *Creating tomorrow’s organization* (pp. 419-437). New York: John Wiley
- Delmara f, Davidsson p, and Gartner William B (2003), “Arriving at the high-growth firm” *Journal of Business Venturing* (18) 189 – 216
- Desmet, Pieter and Paul Hekkert (2007), “Framework of Product Experience,” *International Journal of Design*, 1 (1), (accessed March 12, 2015), [available at <http://www.ijdesign.org/ojs/index.php/IJDesign/article/view/66/15>]
- Dutta, D. K. and Thornhill, S. (2008). The Evaluation of Growth Inventions: Toward a Cognition-Based Model, *Journal of Business Venturing*, 23, 307-332.
- Echols John M. 2005. *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

**Ervina Nurfalih, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

- Echols, John M. Dan Hassan Shadily. 2014. Kamus Inggris – Indonesia Edisi yang Diperbaharui. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Fauziah, N. A. (2017). Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Daya Saing (Studi Kasus Pada Konsumen Perusahaan Batik Deden Tasikmalaya). (Skripsi) : Unsil
- Frاندika Herbawan, Osa Omar Sharif (2018) Pentingnya Estetika Terhadap Niat Pembelian Smartphone Di Indonesia Vol 17, No 3 Hlm.19-28
- Gloria Tengor, Lotje Kawet, S. L. (2016). Influenced Of Brand, Design And Quality Of Product To Purchasing Decision Of Stie Eben Haezar At Manado, 16(04), 367–375.
- Hammunda, Ihsan and Dulaimi, F. Mohammed. (1997). The theory and application of empowerment in construction: a comparative study of the different approaches to empowerment in construction, service and manufacturing industries. International Journal of Project Management, Vol. 15, No. 5, pp: 289-296.
- Hendra P, Soni. 2017. Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia Vol.8, Issue 1 hlm.93-103
- Hoegg, JoAndrea and Joseph W. Alba (2011), “Seeing Is Believing (Too Much): The Influence of Product Form on Perceptions of Functional Performance,” Journal of Product Innovation Management, 28 (3), 346–59.
- Hollins, Bill and Stuart Pugh (1990), Successful Product Design: What to Do and When. London: Butterworth-Heinemann.
- Holt, Douglas B. (1997), “Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity,” Journal of Consumer Research, 23 (4), 326–50.
- Homburg, C., Schwemmler, M., & Kuehnl, C. (2015). New Product Design : Concept , Measurement , and Consequences, 79(May), 41–56. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0199>
- Ilmaya, Fahma. 2011. Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Batik Eka Semarang.
- James Robert Evans, William M. Lindsay. 1993., The Management and Control of
- Ervina Nurfaiah, 2020**  
**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

## Quality

- Jeff, M. (2001). *Pengantar Bisnis*, Jakarta, Salemba Empat
- Kahreh, M. S., Ahmadi, H., & Hashemi, A. (2011). Achieving competitive advantage through empowering employees: An empirical study. *Far East Journal of Psychology and Business*, 3(2), 26–37.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kleine, Robert E., Susan Schultz Kleine, and Jerome B. Kernan (1993), “Mundane Consumption and the Self: A Social-Identity Perspective,” *Journal of Consumer Psychology*, 2 (3), 209– 235.
- Kotler & Keller. (2009). *Marketing Management*. Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of. Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Harlow : Pearson Education Limited.
- Krajewski, L. J., Ritzman, L.P., dan Malhotra M.K. 2007. *Operations Management Processes And Value Chain*, Edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Leder, Helmut, Benno Belke, Andries Oeberst, and Dorothee Augustin (2004), “A Model of Aesthetic Appreciation and Aesthetic Judgments,” *British Journal of Psychology* (95), 489– 508.
- Lena Nuryanti dan Jajang Nurjaman, 2017, “pengaruh kreativitas terhadap daya saing usaha“. *Jurnal Ad Bis Prenuer*. Vol. 2, No. 3
- Liao, Z. and Cheung, M.T. (2001), Internet-based e-shopping and consumer attitudes: an empirical study", *Information and Managemen*, Vol. 38, pp. 299-306
- Lista. (2012). *Pengaruh Visualisasi display dan Pemilihan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Toko pakaian Arithalia Cabang Cihampelas Walk Bandung*, 1–13.
- Lucky Radi Rinandiyana, Ane Kurniawati, Dian Kurniawan. (2017),. *Analisis Ervina Nurfalih, 2020*  
***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

- faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh generasi milenial pada industri kuliner di kota Tasikmalaya, Vol 3 No.1 Hlm.18-27
- Maina, S. (2014). The role of entrepreneurship education on job creation among youths in Nigeria, 15, 87–96. <https://doi.org/10.18052/www.scipress.com/ILSHS.15.87>
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research An Applied Approach* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Malhotra, Naresh K., 2009. *Riset Pemasaran*. vol. 4. Georgia Institute of Technology.
- Marín, L. and S. Ruiz: 2007, “‘I Need You Too!’ Corporate Identity Attractiveness for Consumers and the Role of Social Responsibility’, *Journal of Business Ethics* 71, 245–260.
- Marlina, N. (2013). “Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. *Animal Genetics*, 39(5), 561–563.
- Matsuo, H. (1970). *The development of Javanese cotton industry*, Tokyo: The Institute of Developing Economies.
- McCline, R., Bhat, S & Baj, P. (2000). Opportunity recognition: An exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25, No. 2, 81-94.
- McCracken, Grant (1986), “Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods,” *Journal of Consumer Research*, 13 (1), 71–84.
- McDaniel, Carl dan Roger Gates. (2015). *Marketing Research* (10th edition). West Sussex : John Wiley & Sons Ltd
- Michael E. Porter. *Competitive Advantage*. Edisi Bahasa Indonesia. (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2001), edisi 4. H 12-14
- Muchlas, Z. (2015). *Strategi Inovasi Dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Agro Industri Di Kota Batu*, 9, 78–91.
- Muhajirin. (2007). *Desain produk, pengertian dan ruang lingkungnya*.
- Muhardi. (2007). *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta : **Ervina Nurfalih, 2020**  
**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**



## Graha Ilmu

- Mujarat, Kuncoro. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*: Jakarta: Erlangga
- Nieman, G and Pretorius, M. (2004). *Managing growth. A guide for entrepreneurs*. Cape Town: Juta and Co. Ltd.
- Orville, W, C., Larreche, J.C, dan Boyd.W(2005). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Palmer, I. (1972). *Textiles in Indonesia; problems of import substitution*, New York: Praeger.
- Pauzy, D. M., & Rahwana, K. A. (2016). *Pengaruh harga dan desain produk terhadap proses keputusan pembelian kelom sheny di kota tasikmalaya*.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Creating and Sustaining* (p. 866). Canada, Maxwell Macmillan: Maxwell Macmillan International.
- Porter. (2008). *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Pradana, Adhitya, 2010, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Produk, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil, Toyota*, Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Prasetyo, B. dan Jannah, L.M. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Purnomo, E. (2014). *Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Batik*.
- Purwanto. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Radford, Scott K. and Peter H. Bloch (2011), "Linking Innovation to Design: Consumer Responses to Visual Product Newness," *Journal of Product Innovation Management*, 28 (S1), 208–220.
- Reber, Rolf, Norbert Schwarz, and Piotr Winkielman (2004), "Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience?" *Personality & Social Psychology Review*, 8 (4), 364–82
- Riduwan, Adun dan Enas. 2011. *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Matematika*. Alfabeta: Bandung
- Riduwan, S. (2012). *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ervina Nurfalah, 2020*  
***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

- Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis. Dalam Buchari Alma (pengantar). Bandung : Alfabeta.
- Rinandiyanaa, L. R, Kurniawatib, A dan Kurniawan, D. (2016). Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, Dan Kualitas Produk. Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi : Jurnal Ekonomi Manajemen Volume 2 Nomor 2 105-113
- Rindova, Violina P. and Antoaneta P. Petkova (2007), “When Is a New Thing a Good Thing? Technological Change, Product Form Design, and Perceptions of Value for Product Innovations,” *Organization Science*, 18 (2), 217–32.
- Riska Rismayanti. (2015). Keberadaan Industri Tenun Tradisional Pada Era Modern Di Wilayah Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu, 1–7.
- Rivai, V dan Mulyadi, D. (2012). Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi Edisi Ketiga. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Robbins, P. S. (1996). Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi dan Aplikasi. Alih Bahasa : Hadyana Pujaatmaka. Edisi Keenam. Jakarta: Penerbit PT.Bhuana Ilmu Populer.
- Romer, P M.(1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy* Vol. 94, No. 5 (Oct., 1986), pp. 1002-1037
- Saptomo, C. A. (2007). Dimensi–Dimensi Dalam Strategi Inovasi Perusahaan, 100–111.
- Scott, S.G. and Lane, V.R. (2000) A Stakeholder Approach to Organizational Identity. *Academy of Management Review*, 25, 43-62
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2013). *Research Methods For Business* (6th edition). West Sussex : John Wiley & Sons Ltd
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2016. *Research Methods for Business*. Edisi Ketujuh. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sekaran, Uma., 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiani, S. Sarma, M. Limbong, W. 2013. Pengaruh Entrepreneurial Marketing
- Ervina Nurfalih, 2020**  
**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dan Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Industri Alas Kaki di Bogor. [Jurnal]. Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol IV, No 2. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Desain produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang Heri Setiawan, (November), 12–19. Startupranking.com. (n.d.). Startup Ranking.

Silvio M. Brondoni (2015) Product Design Management and Global Competition, No.2 Hlm.13-24

Siswanto Sutojo, 2009, Manajemen Pemasaran, edisi kedua, Penerbit: Damar Mulia Pustaka, Jakarta

Spears, Nancy and Atefeh Yazdanparast (2014), “Revealing Obstacles to the Consumer Imagination,” Journal of Consumer Psychology, 24 (3), 363–72.

Srinivasan, R., Lilien, G.L., Rangaswamy, A., Pingitore, G.M. and Seldin, D. (2012), “The total product design concept and an application to the auto market”, Journal of Product Innovation Management, Vol. 29 No. S1, pp. 3-20.

Stanton William J, 2005. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Stanton, William J.2005. Prinsip Pemasaran. Cetakan Ketujuh. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Statistika Bipik Pertenunan Majalaya 2019

Stevenson, H.H. (2000). Why the Entrepreneurship Has Won! : Coleman White Paper, 1-8.

Stonebrake, Peter W.;Leong G. Keony (1994), Operations Strategy: Focusing on Competitive Excellence, Allyin and Bacon, USA

Suci, Y. R. (2017). Perkembangan Umkm ( Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ) Di Indonesia, 6(1), 51–58.

Sudaryanto. 2011. The Need for ICT-Education for Manager or Agribusinessman to Increasing Farm Income : Study of Factor Influences on Computer Adoption in East Java Farm Agribusiness. International Journal of Education and Development, JEDICT, Vol 7 No 1 halm. 56-67.

**Ervina Nurfalah, 2020**

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sulistiyowati, N. W. (2016). Analisis teori bisnis dalam aktivitas kewirausahaan, 5(april), 15–24.
- Sunarto. 2003. Perilaku Konsumen. Yogyakarta : AMUS Jogyaakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Sutojo. S, (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT.Damar Mulia Pustaka.
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba empat, 2008
- Thurik, R dan Wennekers, S. 2004. Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth, Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol.11, Issue 1, hlm. 140-149
- Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Umdiana, N., Suprihatin, N. S. & Kodriyah. (2018). Pengembangan UMKM Melalui Desain Produk Dan Kemampuan Bersaing. PKn STAN
- Verganti, Roberto (2008), “Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda,” Journal of Product Innovation Management, 25 (5), 436–56.
- Verganti, Roberto (2008), “Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda,” Journal of Product Innovation Management, 25 (5), 436–56
- Verganti, Roberto (2008), “Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda,” Journal of Product Innovation Management, 25 (5), 436–56.
- Ward, A.C., Shook, J. and Sobek, D. (2007), Lean Product and Process Development, The Lean Enterprise Institute, Cambridge, MA.
- Wijayanti, R. R. (n.d.). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean, 1–32.

Website :

[www.detik.com](http://www.detik.com) diakses pada 20 febuari 2019 pada pukul 14.30

[www.kecamatanMajalaya.blogspot.com](http://www.kecamatanMajalaya.blogspot.com) diakses pada 20 febuari 2019 pada  
**Ervina Nurfaiah, 2020**

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pukul14.12

[www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com) diakses pada 20 febuari 2019 pada pukul 14.45

[www.tabelindustri.com](http://www.tabelindustri.com) diakses pada 20 febuari 2019 pada pukul 14.21

<https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID> diakses pada 7 Januari 2020 pada pukul 14.21

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/sarung-fase-2-2019/> diakses pada 7 Januari 2020 pada pukul 14.30

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/sarung-fase-2-2018/> diakses pada 7 Januari 2020 pada pukul 14.32

<https://www.topbrand-award.com/en/2019/07/sarung-fase-2-2017/> diakses pada 7 Januari 2020 pada pukul 14.33

<http://repositori.unsil.ac.id/998/6/12.%20BAB%20II.pdf>

**Ervina Nurfalah, 2020**

***PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu