

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ANYAMAN PURUN DI DESA
PULAU TAMBAK KECAMATAN AMUNTAI SELATAN KABUPATEN
HULU SUNGAI UTARA
(USAHA IBU RABIATULLAILA)**

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan Kepada Program Studi Administrasi Bisnis Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)



**OLEH
DEWI SUSANTI
NPM : 202163411173**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ANYAMAN PURUN DI DESA
PULAU TAMBAK KECAMATAN AMUNTAI SELATAN KABUPATEN
HULU SUNGAI UTARA
(USAHA IBU RABIATULLAILA)**

**OLEH
DEWI SUSANTI
NPM : 202163411173**

Telah Diajukan Pada Tanggal
27 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR

NIDN. 1128088801

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ANYAMAN PURUN DI
DESA PULAU TAMBAK KECAMATAN AMUNTAI SELATAN
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA
(USAHA IBU RABIATULLAILA)**

Dewi Susanti¹, Eka Santi Agustina²
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
e-mail: dewis940827@gmail.com

ABSTRAK

Keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan lain terhadap suatu produk. Angka penjualan kerajinan Anyaman Purun ini menurun karena adanya persaingan penjualan sehingga pemesanan tidak ada. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan metode Kuisioner. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana, Koefisien Determinasi, dan Uji t (Uji Parsial). Hasil penelitian ini diketahui bahwa dengan 12 pertanyaan yang telah diajukan kepada 60 orang responden menunjukkan bahwa pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan anyaman purun di desa pulau tambak kecamatan amuntai selatan kabupaten hulu sungai utara (USAHA IBU RABIATULLAILA) berpengaruh dari segi uji validitas dan reliabilitas, inovasi produk juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha ibu rabiattullaila. Dengan hasil data validitas x dan y menunjukkan r hitung yang lebih besar : X1 0,586, X2 0,582 X3 0,566 X4 0,626 X5 0,613 X6 0,495. Y1 0,534 Y2 0,497 Y3 0,475 Y4 0,671 Y5 0,609 Y6 0,443 yang lebih besar dari r tabel 0,2542. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Perlunya bagi pengrajin untuk mengembangkan berbagai macam inovasi yang baru untuk menarik pelanggan daerah atau pun untuk luar daerah.

Kata kunci : Inovasi, Keputusan, Kerajinan Anyaman Purun

ABSTRACT

Consumer purchasing decisions are a selection of two or more alternative choices, in other words, alternative choices must be available to someone when making another decision regarding a product. The sales figures for woven Purun crafts have decreased due to sales competition so there are no orders. This research uses a quantitative method, data collection techniques use the questionnaire method. The data analysis techniques used are simple regression analysis, coefficient of determination, and t test (partial test). The results of this research show that with 12 questions that were asked to 60 respondents, it shows that the influence of product innovation on purchasing decisions in the purun woven craft business in Pulau Tambak village, South Amuntai sub-district, North Hulu Sungai district (IBU RABIATULLAILA BUSINESS) is influential in terms of testing. validity and reliability, product innovation also significantly influences purchasing decisions in Mrs. Rabiattullaila's business. With the results of the x and y validity data, it shows that the calculated r is greater: X1 0.586, X2 0.582 X3 0.566 X4 0.626 Y1 0.534 Y2 0.497 Y3 0.475 Y4 0.671 Y5 0.609 Y6 0.443 which is greater than the r table 0.2542. The results of the research show that innovation has a significant influence on purchasing decisions. It is necessary for craftsmen to develop various kinds of new innovations to attract regional and even non-regional customers.

Keywords : innovation, decision, purun woven craft

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi dan industri memberikan dampak pada kehidupan manusia, khususnya dalam ruang lingkup usaha yang ditunjukkan dengan munculnya berbagai badan usaha, baik usaha besar ataupun usaha kecil. Dengan munculnya usaha tersebut berdampak semakin ketat dalam bersaing terutama usaha yang menjual produk atau barang dan sejenis.

Seperti yang kita ketahui sebelumnya di Kalimantan Selatan banyak industri kerajinan yang ada di Desa Pulau Tambak Kecamatan Amuntai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Utara. Salah satunya adalah industri kerajinan usaha Anyaman Purun. Seiring perkembangan waktu dan perubahan struktur ekonomi membuat kerajinan tangan Anyaman Purun ini mampu bersaing dengan industri kerajinan lainnya. Beberapa pengrajin Anyaman Purun yang diteliti pada saat dilapangan mengatakan bahwa pembuatan Anyaman Purun tidak ada hentinya apabila mendapatkan banyak pesanan dan Anyaman Purun tersebut bisa dibuat sesuai keinginan pemesan. Terkadang penjualan Anyaman Purun tersebut meningkat ketika banyak pemesan dan menurun ketika tidak ada yang pemesan.

Angka penjualan kerajinan Anyaman Purun ini menurun karena adanya persaingan penjualan sehingga pemesanan tidak ada. Sebelumnya penjualan Anyaman dapat menjual 250 buah lebih macam anyaman sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam batas waktu 1 minggu. Anyaman Purun yang akan di transportasi bulan ini dananya mendapatkan laba sekitar Rp 5.000.000. Hal tersebut mengakibatkan usahawan yang melakukan penerapan konsep pemasaran diharuskan untuk lebih cermat terhadap aktivitas konsumen disertai berbagai faktor yang mampu memberikan pengaruh pada keputusan pembelian mereka dalam upaya pemasaran produk tertentu yang telah diselenggarakan ((Rabiatullaila, 2024)).

Faktor terpenting yang mampu memberikan pengaruh pada keputusan pembelian kerajinan Anyaman Purun ialah inovasi, yang mana menjadi titik tumpu kesuksesan dari badan usaha tertentu. Agar produk yang dihasilkan memiliki sifat *marketable* sekaligus *profitable* dalam jangka waktu yang lama beberapa tahun ke depan, perusahaan harus memahami seberapa penting suatu inovasi yang diterapkan pada produk tertentu. Produk kurang berkualitas akan menimbulkan anggapan yang buruk di mata konsumen sebagai produk yang membosankan sehingga mereka merasa jenuh terhadapnya. Dengan demikian, modifikasi, kreativitas, serta inovasi sangatlah diperlukan guna mengembangkan produk secara berkala agar mampu mempertahankan kesan baiknya di hadapan konsumen.

Dalam menjaga popularitas produk sekaligus kesetiaan konsumen terhadapnya, dibutuhkan adanya upaya kreatif yang dapat berupa ide baru ataupun inovasi yang diterapkan pada produk tersebut. Dengan demikian, perusahaan berharap konsumen mereka tidak berpaling ke perusahaan kompetitor yang menyediakan produk serupa. Tak hanya itu, inovasi juga telah menjadi faktor yang menentukan tingkat kesuksesan suatu perusahaan untuk dapat terus mempertahankan posisinya ataupun mampu bersaing secara lebih baik lagi.

Inovasi Produk dapat berupa perbaikan, penyempurnaan, ataupun menghasilkan produk terbaru pada produk yang sebelumnya telah dipasarkan. Kemudian memperbaiki kualitas produk dengan melakukan pengembangan terhadap produknya. Pada dasarnya, mengembangkan produk yang telah beredar merupakan upaya yang terlaksana dengan kesadaran dan penuh perencanaan dengan tujuan memperbaiki produk tersebut, sehingga mampu mengimbangi selera dan keinginan pasar yang berubah secara dinamis dengan peningkatan pesat. Hal tersebut disebabkan oleh kecenderungan konsumen yang akan terus mencari produk terbaru dalam melakukan pemenuhan terhadap kebutuhan dan juga keinginan mereka.

Dari beberapa faktor-faktor yang di jelaskan, aspek harga produk berperan penting pada proses pemasaran. Nominal harga yang dicantumkan pada produk sangat menentukan apakah produk tersebut laku di pasaran atau tidak. Harga produk yang cenderung rendah menjadi faktor pendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam melakukan pemasaran. Akan tetapi, nominal harga juga merepresentasikan kualitas dari produk tersebut, yang mana produk berkualitas tinggi juga akan diambil dengan harga tinggi.

Kualitas yang dimiliki oleh produk merupakan pertimbangan terpenting untuk konsumen yang sangat membutuhkan produk tersebut dalam periode waktu yang cukup panjang, dengan kata lain cenderung tidak menyukai sikap sering bergonta-ganti produk. Sebagian konsumen yang lain juga mempertimbangkan kualitas produk, hal ini dikarenakan ketidaksesuaian antara harapan konsumen yang muncul setelah memperoleh informasi mengenai suatu produk dengan pengalaman yang ia peroleh sehabis mempergunakan produknya. Begitupun spesifikasi produk yang dipaparkan tidak memiliki kesesuaian terhadap apa yang mereka peroleh.

Makin melimpahnya penjual yang berkecimpung pada upaya memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen mengakibatkan masing-masing perusahaan wajib memiliki ketelitian tinggi untuk memutuskan harga. Aspek tersebut (harga) memegang peranan penting sebagai penentu keberlangsungan perusahaan, yang mana perannya ialah sebagai acuan dari seberapa laku produk tersebut saat diperjualkan. Sehingga, penentuan harga hanyalah dilakukan melalui teknik kompetitif antar perusahaan satu dengan lainnya yang mana artinya dilarang melakukan tindakan yang saling menyebabkan kerugian di antara mereka. Dengan demikian, harga serta kualitas merupakan variabel paling penting untuk pertimbangan konsumen, sebagaimana kualitas produk ditentukan oleh harganya.

Pada dasarnya, pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dapat dikategorikan sebagai proses pemecahan masalah. Variabel tersebut dipilih oleh peneliti sebagai topik penelitiannya sebab studi yang membahas hal tersebut masih memiliki kelayakan untuk dipelajari secara berkelanjutan sebagaimana makin berkembangnya peredaran produk yang beragam menyebabkan diperlukan adanya berbagai macam bentuk pertimbangan konsumen untuk memberikan keputusan pembelian. Keputusan tersebut hanya dapat berlaku ketika produk yang dimaksud telah sesuai terhadap keinginan dan kebutuhan yang konsumen miliki.

Kerajinan anyaman purun adalah satu dari sekian keterampilan yang berperan penting untuk mendukung peningkatan kondisi finansial keluarga. Seperti masyarakat bertempat tinggal di Desa Pulau Tambak Kecamatan Amuntai Selatan yang mana mayoritas masyarakat di sana memiliki pengrajin Anyaman purun sebagai mata pencahariannya. Bahan baku yang mereka peroleh dari purun lalu di proses agar purunnya dapat dianyam. Untuk menganyam purun itu dengan menggunakan mesin petumbuk atau lasong purun. Dari hasil para survey yang penulis lakukan pada tanggal 01 Desember 2022, peneliti mendapatkan informasi dari salah satu penjual kerajinan anyaman purun yaitu Ibu Rabiattullaila, beliau memulai usaha kerajinan anyaman purun ini sudah dari tahun 2010, awal nya Ibu Rabiattullaila mengalami kendala karena keterbatasan modal. Namun seiring berjalannya waktu usaha Ibu Rabiattullaila semakin meningkat. Ibu Rabiattullaila mengatakan bahwa pendapatan yang ia peroleh setiap bulannya tidak menetap, dalam kurun waktu sebulan bisa mencapai Rp4.000.000 bahkan sampai Rp5.000.000. guna mengatasi persaingannya dengan pengrajin anyaman purun lainnya Ibu Rabiattullaila melakukan tambahan desain produk kerajinan anyaman purun yang relatif lebih sesuai terhadap kebutuhan juga tuntutan konsumen atau pembeli. Hal tersebut dilakukan agar konsumen memiliki ketertarikan yang lebih pada produknya. Variasi berbagai produk yang ditawarkan sangat beragam diantaranya tas, tikar, bakul, topi, dompet, butah, dan lain-lain yang terbuat dari bahan purun.

Harga dari masing- masing produk juga memiliki variasi yang beragam, dimulai dari Rp10.000 hingga berkisar Rp35.000. Inovasi produk sangatlah diperlukan dengan tujuan untuk mempertahankan usaha kerajinan anyaman purun dalam periode waktu yang jauh lebih lama. Inovasi yang dimaksud dapat berupa pengembangan variasi produk. Dengan variasi yang beragam, usaha ini dituntut untuk melakukan penentuan terhadap harga pokok produksi pada tiap variasinya sehingga laba yang diperoleh selalu mengalami peningkatan seiring waktu.

METODE

Penelitian kali ini membahas mengenai Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Anyaman Purun Di Desa Pulau Tambak Kecamatan Amuntai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Utara (Usaha Ibu Rabiattullaila). Sasaran penenitian ini adalah pengusaha Kerajinan Anyaman Purun. Teknik pengumpulan data menggunakan metode Kuisisioner. Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan teknik Analisis Regresi Sederhana, Koefisien Determinasi, serta Uji t (Uji Parsial).

PEMBAHASAN

Inovasi Produk diambil dari kata asing asal Latin, yaitu *innovates* atau *innovare* yang mana artinya ialah melakukan pembaharuan atau pengubahan suatu benda menjadi suatu hal yang lain dan terbaru, atau biasa juga diartikan dengan keterbaruan gagasan ataupun ide yang mampu memberikan hasil ataupun perubahan, atau juga dapat diartikan dengan kreasi serta bentuk pengimplementasian dari proses, produk, pelayanan, maupun metode terbaru yang

menghasilkan perubahan atau perbaikan secara signifikan khususnya pada efisiensi, efektivitas, serta kualitas.

Menurut (Benedetto, 2009), inovasi produk ialah inovasi yang terlibat di dalam proses dan mekanisme yang ada di perusahaan secara keseluruhan, yang mana suatu produk diproduksi serta didistribusikan dan dipromosikan, pun di dalamnya mencakup inovasi yang diterapkan pada aspek kegunaan produk tersebut.

(Armstrong, 2011) berpendapat bahwa ada tiga (3) indikator yang mampu mengukur tingkat inovasi pada suatu produk, di antaranya meliputi kualitas, varian, dan gaya serta desain pada produk tersebut.

a. Kualitas produk

Kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kinerja produk untuk menjalankan fungsinya (manfaat) yang meliputi ketahanan, ketelitian, serta kehandalan yang dihasilkan.

b. Varian produk

Varian produk menjadi salah satu karakteristik pembeda antar satu produk dengan produk lainnya pada perusahaan yang sama ataupun perusahaan pesaing. Dengan demikian, varian produk merupakan sarana kompetitif produk.

c. Gaya serta Desain produk

Gaya serta desain yang diterapkan pada suatu produk dapat memberi poin plus di mata konsumen. Namun, keduanya tetap memiliki peran yang berbeda. Gaya produk hanya mampu menampilkan kesan eksklusif produk, sementara desain memiliki konsep yang dalam dan menarik jika dibanding dengan gaya.

Bagi perusahaan, melakukan identifikasi terhadap sasaran konsumen dari produk tersebut beserta mekanisme keputusan mereka merupakan langkah yang terpenting sebelum melakukan perencanaan strategi pemasaran. Keputusan yang dimaksud telah menjadi aspek terpenting dalam perilaku konsumen yang meliputi penilaian, penerimaan, serta penggunaan terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan memberikan keputusan pembeliannya sebagai perspektif pemecahan permasalahan dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mampu memengaruhi nominal harga serta keputusan konsumen.

Menurut Buchari Alma (2016:96), keputusan pembelian ialah bentuk putusan konsumen yang didasarkan pada kondisi finansial, perkembangan teknologi, politik dan budaya, serta marketing mix 7P yang meliputi: produk (product) beserta harganya (price), lokasi distribusi produk (place), marketing ataupun bentuk promosi (promotion), bukti fisik (physical evidence), orang-orang yang terlibat (people), serta prosesnya (process).

(Kotler, 2007)) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator yang melekat pada sikap konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian yang ia lakukan, di antaranya ialah:

- a. Tujuan dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk menjadi salah satu indikator perilaku yang dimiliki oleh konsumen. Perilaku tersebut didukung oleh kesesuaian produk terhadap selera dan kebutuhan konsumen. Ketika produk yang disajikan oleh produsen ataupun perusahaan telah memenuhi dua kriteria tadi, konsumen akan cenderung membelinya.

- b. Kemantapan terhadap suatu produk merujuk pada rasa keyakinan yang timbul di dalam diri seorang konsumen ketika memilih produk yang ingin dibeli berdasarkan karakteristik yang ditawarkan oleh produk tersebut. Semakin tinggi kemantapan yang konsumen rasakan, maka makin besar kemungkinan ia melakukan pembelian terhadap produk yang dimaksud.
- c. Merekomendasikan produk ke orang lain, yang mana dapat merepresentasikan bahwa konsumen tersebut memiliki perasaan puas terhadap apa yang telah ia beli. Dengan demikian, ia juga ingin orang-orang di sekitarnya memperoleh perasaan puas yang sama dengan dirinya setelah membeli produk tersebut.

Berdasarkan indikator diatas, menjadi sangat penting untuk diperhatikan bahwa sebuah produk harus benar-benar memiliki fungsi yang benar dan dibutuhkan agar konsumen menjadi mudah memutuskan untuk membelinya.

Berikut hasil dari penelitian mengenai Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Anyaman Purun Di Desa Pulau Tambak Kecamatan Amuntai Selatan Kabupaten Hulu Sungai Utara (Usaha Ibu Rabiattullaila) di antaranya:

H1: Diduga Inovasi produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada usaha kerajinan anyaman purun Ibu Rabiattullaila (di Kecamatan Amuntai Selatan)

H0: Diduga tidak ada dugaan pengaruh signifikan inovasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Usaha Kerajinan Tangan Anyaman Purun Ibu Rabiattullaila di Desa Pulau Tambak Kec. Amuntai Selatan Kab. Hulu Sungai Utara.

Setelah hasil pengujian dan analisis ini, telah diketahui bahwa dengan 12 pertanyaan yang telah diajukan kepada 60 orang responden menunjukkan bahwa inovasi produk usaha kerajinan anyaman purun di desa pulau tambak kecamatan amuntai selatan kabupaten hulu sungai utara (USAHA IBU RABIATULLAILA) memberikan pengaruh pada keputusan pembelian pelanggan dari segi uji validitas dan reliabilitas, inovasi pada produk usaha ibu rabiattullaila juga memberikan pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Dengan hasil data validitas x dan y menunjukkan r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,2542): X1 0,586, X2 0,582 X3 0,566 X4 0,626 X5 0,613 X6 0,495. Y1 0,534 Y2 0,497 Y3 0,475 Y4 0,671 Y5 0,609 Y6 0,443. Uji reliabilitas x dan y menunjukkan tingkat nilai Cronbach's Alpha x bernilai 0.511 lebih besar dari N of items dengan nilai 0,60% maka uji reliabilitas dari pernyataan angket reliabel, dengan kata lain pernyataan pada angket tersebut dapat dipercaya. Sementara Cronbach's Alpha y bernilai 0.511 lebih besar dari N of items dengan nilai 0,60% maka uji reliabilitas dari pernyataan angket reliabel atau dapat dipercaya. Nilai t hitung yang diperoleh ialah 20.191 yang mana lebih besar jika dibanding dengan nilai t tabel (1.672). Apabila t hitung > t table atau nilai signifikansi uji t < 0,05, kesimpulan yang diperoleh ialah variabel independent secara individual berpengaruh dengan signifikan pada variabel dependen, maka dapat disimpulkan bahwa independent X berpengaruh signifikan terhadap dependen Y. Jika t sig > 0,05, H0 diterima, sedangkan Ha ditolak, dengan demikian secara parsial Inovasi, kualitas, serta harga produk (x) tidak memberikan pengaruh apapun pada keputusan pembelian pelanggan (y). Dan hasil bahwa R square Determinasi R2 menunjukkan nilai 0.875 atau 87.5% ini menunjukkan bahwa berarti variabel independen memberi pengaruh yang sangat baik pada variabel dependennya.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah diselenggarakan, diketahui bahwa dengan 12 pertanyaan yang telah di ajukan kepada 60 orang responden menunjukan bahwa inovasi yang dilakukan terhadap produk memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan pada usaha kerajinan anyaman purun di desa pulau tambak kecamatan amuntai selatan, kabupaten hulu sungai utara (USAHA IBU RABIATULLAILA) dari segi uji validitas dan reliabilitas. Dengan hasil data validitas x dan y menunjukan r hitung yang lebih besar : X_1 0,586, X_2 0,582 X_3 0,566 X_4 0,626 X_5 0,613 X_6 0,495. Y_1 0,534 Y_2 0,497 Y_3 0,475 Y_4 0,671 Y_5 0,609 Y_6 0,443 yang nilainya lebih besar jika dibanding dengan r tabel 0,2542. Hasil perlakuan uji reliabilitas x dan y menunjukan tingkat nilai Cronbach's Alpha x bernilai 0.511 lebih besar dari N of items dengan nilai 0,60% maka uji reliabilitas dari pernyataan angket reliabel, dengan kata lain pernyataan pada angket tersebut dapat dipercaya. Sementara Cronbach's Alpha y bernilai 0.511 lebih besar dari N of items dengan nilai 0,60% maka uji reliabilitas dari pernyataan angket reliabel atau dapat dipercaya. Nilai t hitung yang diperoleh ialah 20.191 yang mana lebih besar jika dibanding dengan nilai t tabel (1.672). Apabila t hitung $>$ t table atau nilai signifikansi uji $t < 0,05$ kesimpulan yang diperoleh ialah variabel independent secara individual berpengaruh dengan signifikan pada variabel dependen, maka dapat disimpulkan bahwa independent X berpengaruh signifikan terhadap dependen Y . Jika t sig $>$ dari 0,05, H_0 diterima, sedangkan H_a ditolak, dengan demikian secara parsial Inovasi, kualitas, serta harga produk (x) tidak memberikan pengaruh apapun pada keputusan pelanggan (y). Dan hasil bahwa R square Determinasi R^2 menunjukkan nilai 0.875 atau 87.5% ini menunjukan bahwa berarti variabel independen memberikan pengaruh yang sangat baik pada variabel dependennya. Hasil penelitian menunjukan bahwasannya inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

ANGRAINI, S. (2013) 'Proses, Motif, Dan Jenis Produk Kerajinan Tas Anyaman Purun Di Sinar Purun Pedamaran Sumatera Selatan', *Universitas Negeri Yogyakarta*, 53(9), pp. 1689–1699.

Kristinae, V. (2018) 'Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Anyaman Purun', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), pp. 25–30. Available at: <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/issue/view/13>.

Mazuanda, D. (2018) 'Pengaruh Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Vearst Jeans Bandung (Survey pada pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung)', <Http://Repository.Unpas.Ac.Id/32844/>, pp. 57–77.

Saraswati *et al.* (2015) 'Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, (024), pp. 1–10.

Sari, S. D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020) 'Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Jaringan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Anyaman Purun Di Jiagabi', Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Available at: <https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/7443>.

Utaminingsih, A. (2019) 'Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara', *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), pp. 77–87.