

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel *customer relationship management* memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing. Variabel inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Variabel CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Variabel inovasi produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Variabel keunggulan bersaing terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh positif atau baik dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan adanya *customer relationship management*, inovasi produk memengaruhi peningkatan kinerja UMKM. Dengan adanya keunggulan bersaing sebagai mediasi atas CRM dan inovasi produk secara tidak langsung membuat kinerja UMKM meningkat. Keunggulan bersaing UMKM didapatkan dari upaya memilih strategi bisnis oleh pelaku atau pemilik bisnis UMKM atas kinerja yang dilakukannya. Untuk meningkatkan kinerja UMKM di tengah perkembangan bisnis yang semakin ketat, dibutuhkan keunggulan bersaing seperti melakukan strategi *customer relationship management* dan inovasi produk dan masih banyak dengan strategi bisnis lainnya.

Jadi dari keseluruhan variabel dalam penelitian ini yaitu CRM dan inovasi produk memberikan pengaruh positif atau baik terhadap kinerja UMKM. Dengan adanya keunggulan bersaing, yang secara tidak langsung mempengaruhi pada akhirnya membawa dampak positif terhadap kinerja UMKM. Dengan pengaruh adanya variabel-variabel tersebut membuat UMKM mendapatkan pengaruh peningkatan kinerjanya. Kemudian hal itu dapat memberikan pengaruh

adanya peningkatan, baik dari peningkatan jumlah produksi, penjualan, pendapatan, keunggulan bersaing UMKM maupun kualitas produk sebagai cara untuk melakukan strategi manajemen bisnis.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan hal-hal sebagai berikut.

1. Bagi pembisnis, diharapkan mampu menerapkan strategi yang tepat bagi bisnisnya melalui manajemen strategis yang dapat diimplementasikan melalui rancangan-rancangan yang disusun untuk dapat mencapai misi bisnisnya. Kemampuan pelaku bisnis dalam mengelola usaha perlu terus ditingkatkan agar bisnisnya mampu berkompetisi di pasar yang luas.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian yang lebih mendalam terkait dengan persepsi manajemen strategis pada tingkat bisnis, khususnya dalam usaha mikro, kecil, dan menengah agar bermanfaat bagi pengembangan bisnis selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A., W., Widjaja, (2006), *“Administrasi Kepegawaian”*. Rajawali, Jakarta.
- Agung, Prabowo, (2018), *“Tingkat Kelelahan Kerja Perawat Kamar Bedah RSUP Dr Kariadi”*. Semarang.
- Alimuddin, Arasy, (2016), *“Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Sektor Perdagangan di Kota Surabaya”*. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 3 No. 2.
- Alipour, M., & Mohammadi, M., H., (2011), *“The Effect of Customer Relationship Management (CRM) on Achieving Competitive Advantage of Manufacturing Tractor”*. Global Journal of “Management and Business Research”, 11(5): 26-36.
- Amalia, D., & Woyanti, N., (2020), *“The Effect of Business Unit, Production, Private Investment, and Minimum Wage on the Labor Absorption in the Large and Medium Industry 6 Provinces in Java Island”*. “Media Ekonomi dan Manajemen”, 35(2), 206-217.
- Amstrong, Gery, dan Kotler, Philip, (2001), *“Prinsip-Prinsip Pemasaran”*. Jilid 1. Edisi. Kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Anatan, Lina, dan Ellitan, Len, (2007), *“Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Modern”*. Alfabeta, Bandung.
- Anton, Jon, Petouhoff, Natalie L., (2002), *“Customer Relationship Management: The Bottom Line to Optimizing Your ROI”*, Prentice Hall, New Jersey
- Arasy, Alimuddin, (2016), *“Pengaruh orientasi wirausaha terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan dan kinerja pemasaran usaha kecil sector perdagangan di kota Surabaya”*. “Jurnal Manajemen Bisnis”. Vol. 3 No. 2
- Arbawa, Delta Lexi dan Paulus Wardoyo, (2017), *“Keunggulan Bersaing: Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran”*. “Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Kendal”. Jurnal Program Studi Magister Manajemen. Universitas Semarang. ISSN: 1979-4800.
- Aribawa, (2016), *“Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah”*. E-Jurnal UAJY, 20 (1): 1-13.
- Arikunto, S., (2010), *“Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek”*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Armstrong, Gery dan Philip Kotler, (2003), *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi Kesembilan. PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Barney, J. B., & William, S. H., (2008), *“Strategic Management and Competitive Advantage”*. Second Edition. Pearson Printice Hall, USA.

- Bharadwaj, Sundar, G., P., R., Varadarajan, & Fahly, Jihn, (1993), “*Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions*”. “Journal of Marketing”. Oktober, Vol.57, Pgs. 17, 83-99.
- Budiarti, E., (2018), “*Pengaruh Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran Pasar Rakyat Di Provinsi Jawa Timur*”. “Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat”. ISBN : 978-602-53170-2-6
- Buttle, Francis, (2004), “*Customer Relationship Management*”, Bayu Media, Publishing, Malang.
- Buttle, Francis, (2007), “*Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan: Concept and Tools)*”. Bayumedia Publishing, Malang.
- Chan, Syafruddi, (2003), “*Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*”. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Cooper, R., Donald., Schindler, S., Pamela., (2017), “*Business Research Methods*”, 12<sup>th</sup> edition, McGraw Hill, New York.
- Day, S., George, (1999), “*The Capabilities of Market-Driven Organizations*”, The Management Reader, International Thomson Business Press, International Ltd, Padstow, Cornwall, London.
- Devi, Ekawati, Bunga, (2017), “*Pengaruh Intelektual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*”. Studi Kasus Pada Perusahaan Elektronik, Otomotif, dan Komponen yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2015. “E-proceeding of Management”, ISSN: 2355-9357. Vol. 4, No. 1. Hal. 491-500.
- Djodjono, Cynthia, V., H., N., Tawas, (2014), “*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*”. Jurnal EMBA Vol. 2 No. 3 September 2014. Hal 1214-1224. ISSN 2303-1174.
- Droge, Cornelia, and Vickery, S., (1994), “*Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Explanatory Study in the Furniture Industry Decision Sciences*”. P.669-689.
- Ferrell, O., C., et al., (2018), “*Business Foundations A Changing World*”, McGraw-Hill Education, New York.
- Ghozali, Imam, (2006), “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, (2015), “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, (2013), “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghozali, Imam, (2014), *"Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS"*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar, 2003, *"Ekonometri Dasar"*. Terjemahan: Sumarno Zain, Erlangga, Jakarta.
- Haislipa, J., Z., & Richardson, V., J., (2017), *"The effect of Customer Relationship Management systems on firm performance"*. "International Journal of Accounting Information Systems". 27, 16-29.
- Hajar, Siti, dan I., Putu, Gede, Sukaatmadj, (2016), *"Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran"*. "E-Jurnal Manajemen Unud", Vol 5: 6580-6605.
- Handoko, T., Hani, (2012), *"Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia"*. BPFE, Yogyakarta.
- Handoko, T., Hani, (2012), *"Manajemen"*, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta, Indonesia.
- Hary, Hermawan, (2018), *"Metode Kuantitatif Untuk Riset Bidang Kepariwisata"*. "Open Sciene Framework".
- Hasnatika, Imas, Fatimah, dan Ida, Nurnida, (2018), *"Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM"*. Kota Serang. ISSN 2460-8211, "Jurnal Riset Bisnis dan Investasi". 4 (3).
- Hassan, R., S., Nawaz, A., Lashari, M. N., & Zafar, F, (2015), *"Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction"*. Procedia Economics and Finance, 23, 563-567.
- Hassan, Rana Saifullah., et al., (2015), *"Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction"*. International Journal of Procedia Economics and Finance 23, (2015) 563-567.
- Hermawan, D., (2018), *"Membangun Inovasi Pemerintah Daerah"*. Deepublish, Yogyakarta.
- Hunger, J. David, dan Wheelen, Thomas L., (2003), *"Manajemen Strategis"*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Husein, Umar, (2005), *"Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis"*. Grafindo Persada, Jakarta.
- Indah, I. N., (2013), *"Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Sehat Jaya Elektronik Pacitan"*. Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed, 10(2), pp. 124-128.
- Indra, Jaya, (2019), *"Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan"*. Prenadamedia Group, Jakarta.
- Ismi, Alawiyah, dan Putri, Nadila, Humairoh, (2017), *"The Impact Of Customer Relationship Management On Company Performance In Three Segments"*. Jurnal Ekonomi Bisnis Agustus, Volume 22, No.2,
- Kafko, D., (2017), *"Effect Of Customer Relationship Management On Marketing Performance Of Commercial Banks In Kenya"*. Chandaria School of Business, 3 (2): 46-68.

- Kalakota, Ravi, & Maria, Robinson, (2001), *"E-Business 2.0: Roadmap for Success"*. Addison Wesley, Longman Inc., USA
- Kaleka, A., & Morgan, N. A. (2017). *"Which Competitive Advantage(s), Competitive Advantage–Market Performance Relationships in International Markets"*. *"Journal of International Marketing"*, 25 (4), 25– 49.
- Kanaidi, dan Kurniawan, Ari, (2011), *"Analisis Customer Relationship Management (CRM) pada SBU ADMAIL"*. Skripsi.
- Kasali, Rhenald, (2018), *"Disruption"*. Gramedia Pustaka, Jakarta, Indonesia. Hal:149.
- Kasali, Rhenald, (2018), *"Modul Kewirausahaan"*, Untuk Program Strata 1, PT. Mizan Publika, Jakarta.
- Kasali, Rhenald, (2018), *"The Great Shifting"*. Kompas Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Amstrong, (2001), *"Prinsip Prinsip Pemasaran"*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, (2000), *"Marketing Management"*, 10<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary, (2001), *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Armstrong, (2012), *"Marketing Management"*, 14th Edition, Pretice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin, L., (2010), *"Manajemen Pemasaran"*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin, L., (2010), *"Marketing Management"*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip., dan Keller, Kevin, L., (2016), *"Marketing Management"*. Edition 15<sup>th</sup>, Pearson Education Inc.
- Kriyantono, Rachmat, (2007). *"Teknik Praktis Riset Komunikasi"*. Kencana, Jakarta.
- Kurniawan, Albert, (2014). *"Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis"*, Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0, Alfabeta, Bandung.
- Lisdayanti, Annisa, (2017), *"Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada The Milk Bar Cafe Bandung"*. *"Sustainable Competitive Advantage Unsoed"*, Vol. 7, No. 7, pg: 1-12.
- Lita, R. P., Meuthia, M., & Faisal, R. F., (2018), *"SME's Performance of Creative Industries Supporting Tourism In Indonesia: Market Orientation, Learning Orientation and Organizational Innovativeness as Determinants"*. *"Academy of Marketing Studies Journal"*, 22(1), 1-18.

- Long et al. (2013), "*Impact of CRM Factors on Customer Satisfaction and Loyalty Asian Social Science*". Vol IX, 247.
- Long Shen, D. C., Musadieg, M. A., & Handayani, S. R. (2013), "*The Role of Innovation Capability on Business Performance At Small Medium Enterprises*". Jurnal Profit, 7(1), 101-111.
- Long, Choi, Sang, (2013), "*Impact of CRM Factors on Customer Satisfaction and Loyalty*". Page 248.
- Mankiw N, Gregory., et al., (2018), "*Principles Of Microeconomics.*", MA, Boston.
- Merrilees, B., (2018), "*Marketing capabilities: Antecedents and implications for B2B SME performance*". "Industrial Marketing Management". Vol. 40.
- Mohamad, Hajar, Siti, et al., (2014), "*Customer Relationship Management Practices: The Impact on Organizational Performance in SMEs of Food Manufacturing Industry*". "European Journal of Business and Management [www.iiste.org](http://www.iiste.org)". ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839, Vol.6, No.13.
- Mokodongan, Asminar, (2010), "*Analisis Penerapan Program Customer Relationship Management Hubungannya Dengan Loyalitas Pelanggan*". Studi Kasus di Swiss Belhotel Maleosan Manado, INOVASI, Vol 7, No 4 (12), p 240-271
- Mozahab, Amir, et.al., (2015), "*Effect of Customer Relationship Management (CRM) on Performance of Small-Medium Sized Enterprises (SMEs) Using Structural Equations Model (SEM)*". "International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences". Vol. 5, No.2, April 2015, pp. 42–52 E-ISSN: 2225-8329, P-ISSN: 2308-0337
- Mulyana, Sutapa, (2014), "*Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja Melalui Pendekatan Quadruple Helix*". "Studi pada industri Kreatif Fashion, Jurnal Manajemen Teknologi". 12, (3).
- Musa, Hubeis, (2005), "*Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*". PT. Hecca Mitra Utam, Jakarta.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I., (2014), "*Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan*". Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang, Modernisasi, 10(1), 23–37.
- Nasution, S., (2019), "*Metode Research*". Penelitian Ilmiah, Bumi Aksara, Jakarta. Hal: 63-64
- Nguyen, T., U., H., at, al., (2007), "*Strategies for Successful CRM Implementation. Information Management & Computer Security*". 15(2): 102-115.
- Noor, Juliansyah, (2014), "*Metodologi Penelitian*". Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Nurandini, Arina, dan Eisha, Lataruva (2014), "*Analisis Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan*", Jakarta.

- Nurlina, N., & Darsono, N., (2017), "*The role of competitive advantage in mediating the effect of entrepreneurial orientation and knowledge management toward business performance*". Proceedings of AICS-Social Sciences, 7, 394-405
- Oesman, Marty, (2010), "*Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*". Alfabeta, Bandung.
- Pardi, Suharyono, et al., (2014), "*The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance*". "European Journal of Business and Management". 6 (21): 69-80
- Pearce A., John, II, Richard, B. Robinson, Jr., (2014), "*Manajemen Strategy*". Salemba Empat, Jakarta.
- Pearce, A., John, II, dan Robinson, B., Richard, Jr., (2014), "*Manajemen Strategik*". (Maulana, et al., 2014), Binarupa Aksara Publisher, (Original Work), Jakarta.
- Pearce, E. C., (2014), "*Anatomi dan Fisiologi Untuk Paramedis*". Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Reksohadiprojo, Sukanto, Gitosudarmo, Indriyo, (2000), "*Manajemen Produksi*", Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Ridwan, dan Sunarto, (2009), "*Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi*". Ekonomi, dan Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Rum, M., (2013), "*Locus of control, Innovation, Performance Of The Business People In The Small Business And Medium Industries In South Sulawesi*". "Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura", 15(3), 373-388
- Sari, Lila Fitria, (2016), "*Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Pakaian Jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus*". "Management Analysis Journal". MAJ 2 No. 1.
- Sarwono, (2007), "*Psikologi Remaja*", Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sekaran, Uma, (2006), "*Metode Penelitian Bisnis*". Salemba Empat, Jakarta.
- Setiawan, dan Agustine, Ine, (2008), "*Perencanaan Struktur Baja dengan Metode LFRD*". Erlangga, Jakarta.
- Setiawan, Inge, Agustin, (2008), "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Produk untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*". Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Produk Batik di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Tesis: Universitas Diponegoro.
- Setyawati, & Abrilia, H., (2013), "*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi*". Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen. "Jurnal Fokus Bisnis". 12(02), 20-32.

- Sheth, Jagdish N., Parvatiyar, et al., (2001), “*Customer Relationship Management: Emerging Concepts, Tools and Application*”. Tata Inc, New Delhi.
- Sin, Leo et al., (2002), “*The Effect of Relationship Marketing. On Business Performance in A Service Oriented Economy*”. “*Journal of Services Marketing*”. Vol.16. No.7. 2002. P.656-676.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian, Effendi, (2009), “*Metode Penelitian Survei*”. LP3ES, Jakarta.
- Sobel, M. E., (1982), “*Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effect in Structural Equation Models*”. In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology 1982* (pp. 290-312). Washington DC: American Sociological Association.
- Soliman, Hisham, Sayed, (2011), “*Customer Relationship Management and Its Relationship to the Marketing Performance*”. *International Journal of Management and Social Sciences*, Vol 2, No 10 (June), p 166-182.
- Srnita, Syapsan, (2018), “*The effect of Service Quality, Innovation Towards Competitive Advantages and Sustainable Economic Growth Marketing Mix Strategy as Mediating Variable*”. *Benchmarking: An International Journal*.
- Sugiyono, (2014), “*Memahami Penelitian Kualitatif*”, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2014), “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2015), “*Metode Penelitian Kombinasi. Mix Methods*”, Alfabeta, Bandung.
- Suryana, (2011), “*Kewirausahaan pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*”. Salemba Empat, Jakarta.
- Susilo, Sri, (2010), “*Bank & Lembaga Keuangan Lain*”. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Susilo, Y. Sri, (2015), “*Peran Perbankan Dalam Pembiayaan Umkm Di Provinsi DIY*”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 14(3): 467-478.
- Sutapa, Mulyana, & Wasitowati, (2017), “*The Role of Market Orientation, Creativity and Innovation in Creating Competitive Advantages and Creative Industry Performance*”. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 152-166. doi: 10.15294/jdm.v8i2.12756.
- Thompson Arthur, A., Jr., dan Strickland, III., A., J., (2001), “*Crafting and Executing Strategy: Text and Readings*”. Twelfth Edition. McGraw-Hill, New York.
- Thompson, Arthur, A., Jr., dan Strickland, III., A., J., (2001), “*Strategic Management: Concept and Cases*”. Twelfth Edition, McGraw-Hill Companies, New York. Hal: 150.
- Thompson, M., (2012), “*A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory*”. *Journal of Business Economics and Management*, Vol. 13, Issue 4, page 1-31
- Tjiptono, (2001), “*Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*”, BPFE, Yogyakarta.

- Tobing, D. S. K., Fathorazz, M., & Wulandari, G. A., (2018), "*Mapping the Competitive Advantage of SMEs in East Java, Indonesia*". "Jurnal Dinamika Manajemen", 9(1), 23-32. doi: 10.15294/jdm. Vol.9i1.14649.
- Triyani, Rahmadewi, et al. (2015), "*Pengaruh CRM dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembeian Ulang Melalui Brand Trust pada PT. Nasmoco Pemuda*". JIAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4 (3).
- Uma Sekaran, (2006), "*Research Methods For Business*". Edisi 4, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Umar, Husein, (2005), "*Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*". Grafindo Persada, Jakarta.
- Utaminingsih, Adijati, (2016), "*Pengaruh orientasi pasar, inovasi dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM Kerajinan rotan di desa teluk wetan, Welahan Jepara*", "Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen". Vol. 31, No. 2
- Wibowo, Arief, (2006), "*Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*". Universitas Budi Luhur, Jakarta.
- Widjaja, A. W., (2006), "*Administrasi Kepegawaian*". Rajawali, Jakarta.
- Widjaja, Amin, Tunggal, (2006), "*Konsep Dasar Customer Relationship Management*". Jakarta.
- Winarsunu, T., (2003), "*Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*". Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- Yacob, S., Octavia, A., Mayrina, & Hasan, H., (2017), "*Do Really Social Commerce Creating For Competitive Advantage On Small Medium Enterprises (SMEs) Business Performance?: Evidence From Jambi, Indonesia*". "Paper Presented at The The Sixth International Conference on Entrepreneurship and Business Management".
- Yakub, dan Hisbanarto, Vico, (2016), "*Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*". Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Yusuf, A. Muri, (2019), "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*". Prenadamedia Group. Jakarta. Hal:145, 234, 242, 251.
- Zhou, Kevin, et al., (2009), "*Market Orientation, competitive advantage, and performance: A demand-based perspective*". "Journal of Business Research".

## DAFTAR PUSTAKA ONLINE

- Harmony, (2021), “*Pengertian Lengkap CRM (Customer Relationship Management)*”. Tersedia di <http://harmony.co.id/blog/pengertian-lengkap-crm>.
- Hoesein, H. Arul, (2020), “*Kemandirian UMKM, Koperasi, dan Bumdes Sebagai Tolak Ukur UU Cipta Kerja*”. Tersedia di <http://www.kompasiana.com>, diakses pada 2 Mei 2021.
- Firmanto, Dovel, et al., (2020), “*Penelitian Deskriptif, Penelitian Eksploratori, dan Eksplanatori*”. Tersedia di <http://www.academia.edu/36167748>, diakses 6 April 2021.
- Ahsan, Ali, (2014), “*Malang Kota Seribu Julukan*”. Tersedia di <http://malangdaily.com/2014/12>. diakses 4 Mei 2021.
- Amalia, Dina, (2020). “*Pengertian, Jenis dan Perkembangan UMKM di Indonesia*”. Tersedia di <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-perkembangan-umkm-di-indonesia/>, Diakses pada 7 Februari 2021.
- LinovHR, Admin, (2020), “*7 Dampak Positif Perkembangan Teknologi Bagi Bisnis*”. Tersedia di <https://www.linovhr.com/dampak-positif-perkembangan-teknologi/>, Diakses pada 8 Februari 2021.