

PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM WARMINDO DI YOGYAKARTA (YANG SUDAH MENGGUNAKAN MARKET PLACE)

Adinda Oryza Sativa¹ , Indah Kurniawati¹ ,

¹Universitas Ahmad Dahlan

*email korespondensi: indah.kurniawati@act.uad.ac.id

Abstract: *In the 4.0 era, the development of business technology makes it very easy to sell products. Buyers no longer need to come in person or face to face, because there are already sales using technology. Currently, Warmindo is implementing a strategy of combining traditional marketing with technology marketing. Warmindo's business develops sales strategies to compete using technology. This research examines and proves empirically the effect of product innovation, product creativity, product quality and price on the competitive advantage of Warmindo SMEs in Yogyakarta (which already use market place). The method used in this research is quantitative. The sample used is Warmindo customers as many as 100 respondents using a convenience sampling technique taken directly in the field. Data analysis technique using multiple linear regression. The partial research results show that product innovation, product creativity, product quality and price have a significant effect on competitive advantage. Simultaneously product innovation, product creativity, product quality and price have a positive effect on competitive advantage.*

Keywords: *Product Innovation, Product Creativity, Product Quality, Price, Competitive Advantage*

Abstrak: Di era 4.0 perkembangan teknologi bisnis saat ini sangat memudahkan penjualan produk. Pembeli tidak perlu lagi datang langsung atau bertatap muka, karena sudah ada penjualan yang menggunakan teknologi. Saat ini, Warmindo menerapkan strategi menggabungkan pemasaran tradisional dengan pemasaran teknologi. Bisnis Warmindo mengembangkan strategi penjualan untuk bersaing menggunakan teknologi. Penelitian ini menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh inovasi produk, kreativitas peoduk, kualitas produk dan harga terhadap keunggulan bersaing UMKM Warmindo di Yogyakarta (yang sudah menggunakan market place). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan yaitu pelanggan warmindo sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* yang diambil secara langsung di dalam lapangan. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian secara persial menunjukkan bahwa inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Secara simultan inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: Inovasi Prdouk, Kreativitas Produk, Kualitas Produk, Harga dan Keunggulan Bersaing