

**SKRIPSI**

**PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN  
PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP  
KEUNGGULAN BERSAING PADA PT TOKOPEDIA  
DENGAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
( DILIHAT DARI SUDUT PANDANG PEMAKAI  
APLIKASI TOKOPEDIA )**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH :**

**KRISTINA HISMAN – 115180048**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN  
PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP  
KEUNGGULAN BERSAING PADA PT TOKOPEDIA  
DENGAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI (DILIHAT DARI SUDUT PANDANG  
PEMAKAI APLIKASI TOKOPEDIA)**



**DIAJUKAN OLEH :**

**KRISTINA HISMAN - 115180048**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Kristina Hisman  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180048  
Program Studi : Manajemen Bisnis  
Alamat : Jalan Duku Barat I no 6 11470 Jakarta Barat  
HP : 081291170681

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 29 Desember 2021



**Kristina Hisman**

**Catatan:**

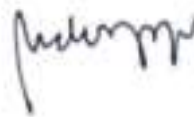
1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : Kristina Hisman  
NIM : 115180048  
PROGRAM / JURUSAN : Manajemen Bisnis  
KONSENTRASI : Kewirausahaan  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh kreativitas, inovasi dan pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing pada PT Tokopedia dengan loyalitas sebagai variabel mediasi.

Jakarta, 29 Desember 2021



( Andi Wijaya S.E., M.M )

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

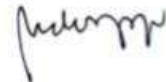
NAMA : Kristina Hisman  
N. P. M. : 115180048  
PROGRAM/JURUSAN : Manajemen Bisnis  
KONSENTRASI : Wirausaha  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN  
PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING PADA PT TOKOPEDIA DENGAN LOYALITAS  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ( DILIHAT DARI SUDUT  
PANDANG PEMAKAI APLIKASI TOKOPEDIA)

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 Januari 2022 dan dinyatakan lulus,  
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Miharni Tjokrosaputro, SE., MM
2. Anggota Penguji : Dra. Rohdiah, MM

Jakarta, 12 Januari 2022

Pembimbing,



(Andi Wijaya S.E., M.M.)

## **ABSTRACT**

Created By :

Kristina Hisman – 115180048

### **The effect of Creativity, Innovation and Product Development on competitive advantage at PT Tokopedia with loyalty as a mediating variable (from the point of view of the Tokopedia application user)**

The purpose of this research is to see and examine the effect of creativity, innovation, and product development on competitive advantage at PT Tokopedia with loyalty as a mediating variable. The researcher distributed to 200 respondents via google form who had used Tokopedia before with the number of application uses that differed between individuals. The results of the respondents' answers were then processed using SPLS 3.0 software. Creativity, innovation and product development have a positive and significant effect on competitive advantage even though they have a small effect. Loyalty does not directly affect competitive advantage, but provides a medium effect. loyalty can mediate the relationship of creativity, innovation and product development to competitive advantage. The author hopes that in future research there will be additional journals regarding product development on competitive advantage, Tokopedia's progress and competitive advantage factors. The author hopes that Tokopedia can increase its creativity and innovation that leads to competitive advantage to make customers loyal, Tokopedia must also keep up with the times so that it can easily adapt to products that are superior to other E-Commerce.

Keywords: Creativity, Innovation, Product Development, Competitive advantage, E-Commerce

## ABSTRAK

Disusun Oleh :

Kristina Hisman – 115180048

### **Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Pengembangan Produk terhadap keunggulan bersaing pada PT Tokopedia dengan loyalitas sebagai variabel mediasi ( dilihat dari sudut pandang pemakai aplikasi Tokopedia )**

Tujuan dari penelitian penulis ini adalah untuk melihat dan menguji pengaruh dari kreativitas, inovasi dan pengembangan produk terhadap keunggulan bersaing pada PT Tokopedia dengan loyalitas sebagai variabel mediasi. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 200 responden melalui *google form* yang pernah memakai Tokopedia sebelumnya dengan jumlah pemakaian aplikasi yang berbeda-beda diantara individunya. Hasil jawaban responden kemudian diolah dengan memakai *software SPSS 3.0*. Kreativitas, inovasi dan pengembangan produk berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing walau memberikan efek kecil. Loyalitas tidak berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing, namun memberikan efek medium. loyalitas dapat memediasi hubungan kreativitas, inovasi dan pengembangan produk pada keunggulan bersaing. Penulis berharap agar pada penelitian selanjutnya terdapat jurnal tambahan mengenai pengembangan produk pada keunggulan bersaing, kemajuan Tokopedia dan faktor keunggulan bersaing. Penulis berharap agar Tokopedia dapat meningkatkan kreativitas dan inovasinya yang mengarahkan pada keunggulan bersaing untuk membuat para pelanggan bersifat loyal, Tokopedia juga harus mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat dengan mudah beradaptasi dengan mengeluarkan produk yang lebih unggul dibandingkan dengan *E-Commerce* lain.

Kata kunci : Kreativitas, Inovasi, Pengembangan Produk, Keunggulan bersaing, *E-Commerce*

## HALAMAN MOTTO

*“ God give you smile,  
so put that smile on your face”  
- Kristina Hisman –*



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini penulis persembahkan kepada  
keluarga dan teman-teman yang telah  
mewarnai hidup penulis

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Tujuan dari penyusunan skripsi ini ialah untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan S1 Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Tarumanagara. Pada kesempatan ini pula, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, semangat dan bantuan kepada penulis sehingga penulis dapat memiliki semangat penuh untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang terhormat bapak Andi Wijaya S.E., M.M, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan tenaga dalam memberikan arahan dan revisi untuk menjadikan skripsi penulis lebih baik dari sebelumnya.
2. Yang terhormat bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo S.E., M.M., MBA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Yang terhormat bapak Frangky Slamet S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan masukan-masukan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Yang terhormat bapak Bapak Dr. Keni S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara yang telah memberikan gambaran bagi penulis dalam menyusun skripsi ini melalui mata kuliah Metodologi Penelitian.
5. Yang terhormat seluruh dosen Univesitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu-ilmu yang berguna bagi penulis selama

menempuh pendidikan di Universitas Tarumanagara dalam rangka menyongsong masa depan yang penuh harapan.

6. Keluarga tercinta, Rahim Hisman (Ayah), Maimunah (Ibu), Kevin Hisman dan Kristofer Hisman (Kakak) yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat sejak awal memasuki dunia perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman satu bimbingan, Meisya Claudia yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Teman-teman satu kampus, yaitu Kardila, Dhyanitara, Veline, Jocelin, Clara, Yolly, Angel, Charlie, Pricyllia, Richie, Ardi, Garry dan Deo yang telah menemani dan mendukung penulis dari awal menempuh perkuliahan di Universitas Tarumanagara hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Teman-teman di luar kampus, yaitu Serri, Calvin, Michelle, Morrine, Gaby, Aurel, Natanya, Dhewanda yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh responden dan semua pihak yang telah membantu responden dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf bila terjadi kesalahan dalam pengetikan skripsi ini, semoga Tuhan senantiasa memberkati semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Identifikasi Masalah .....	4
3. Batasan Masalah .....	4
4. Rumusan masalah .....	5
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
A. Gambaran Umum Teori.....	7
1. <i>Diffusion of Innovations Theory</i> .....	7
2. <i>Customer Loyalty Theory</i> .....	8
3. Porter Five Forces Theory .....	9
4. <i>Blue Ocean Theory</i> .....	11

B. Definisi Konseptual Variabel .....	11
1. Kreativitas.....	11
2. Inovasi .....	12
3. Pengembangan Produk .....	12
4. Loyalitas .....	13
5. Keunggulan Bersaing .....	13
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel.....	14
1. Pengaruh Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing .....	14
2. Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing.....	14
3. Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	15
4. Pengaruh kreativitas terhadap loyalitas .....	15
6. Pengaruh pengembangan produk terhadap loyalitas .....	16
7. Pengaruh Loyalitas terhadap Keunggulan Bersaing.....	16
D. Kerangka pemikiran dan Hipotesis .....	17
1. Kerangka Pemikiran .....	17
2. Model Penelitian dan Hipotesis .....	19
BAB III .....	21
A. Desain Penelitian .....	21
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel .....	21
1. Populasi : .....	21
2. Sampel : .....	21
3. Ukuran sampel : .....	22
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen .....	22
1. Kreativitas : .....	22
2. Inovasi : .....	23
3. Pengembangan Produk : .....	24

4. Loyalitas .....	24
5. Keunggulan Bersaing .....	25
D. Analisis validitas dan reliabilitas.....	26
1. Validitas.....	26
2. Reliabilitas .....	26
E. Analisis Data .....	27
1. Uji Nilai R- Squared .....	27
2. Uji t dan Uji F :.....	27
3. Uji Nilai Q-Square.....	27
4. Path Coffiecients.....	28
5. Uji Goodness of Fit / GOF .....	28
6. Hasil Analisis Mediasi.....	28
F. Hasil Analisis Validitas dan Reabilitas .....	28
1. Analisis Validitas.....	28
2. Analisis Reabilitas .....	31
BAB IV .....	32
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	32
1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3. Karakteristik Responden.....	32
B. Deskripsi Objek Penelitian .....	33
1. Variabel Kreativitas .....	33
2. Variabel Inovasi.....	35
3. Variabel Pengembangan Produk .....	36
4. Variabel Loyalitas.....	37
5. Variabel Keunggulan Bersaing .....	38

C. Hasil Analisis Data.....	40
1. Hasil nilai R-Square.....	41
2. Hasil Uji F .....	41
3. Hasil Uji t.....	42
4. Hasil nilai Q-SQUARE .....	43
5. Hasil uji Path Coefficients.....	43
6. Hasil Uji Goodness of Fit / GoF.....	44
7. Hasil Analisis Mediasi.....	44
D. Pembahasan .....	45
BAB V .....	49
A. Kesimpulan.....	49
B. Keterbatasan dan Saran .....	50
1. Keterbatasan .....	50
2. Saran .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	52
DAFTAR LAMPIRAN.....	57
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	91

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, I. M. (2020, December 20). 5 Raksasa Startup Indonesia, Nomor 1 Berstatus decacorn. Good News From Indonesia. Retrieved November 6, 2021, from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/12/16/5-raksasa-startup-indonesia-no-1-berstatus-decacorn>
- Akhriandi (2017). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Motor Merek Honda. Retrieved November 7, 2021, from <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8575/1/Akhriandi.pdf>.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Kreatif Yang Tergabung Dalam Malang *Creative Fusion*).
- Arslan, I. K. (2020). The Importance Of Creating Customer Loyalty In Achieving Sustainable Competitive Advantage. *Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2020.08.01.002>
- Awwaabiin, S. (2021, May 16). Pengertian Teknik Analisis Data Menurut Para Ahli dan Macam-macamnya. Retrieved August 09, 2021, from <https://www.duniadosen.com/teknik-analisis-data/>
- Ayuningrum, I. D., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro.
- Azwar, Saifuddin. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Liberty: Yogyakarta, 1988  
Conny R Semiawan. (2009). Kreativitas Kebebakatan. Jakarta: PT Indeks.
- Bashor, C., & Purnama, C., 2017, Factors Affecting Performance Manager and Its Impact on Competitive Advantage : Studies Small Medium Enterprises ( SMEs ) in The Shoes Industry Mojokerto East Java Province. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(4), 153–162, <https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0014>.
- Bhat, S. A., & Darzi, M. A. (2016). *Customer Relationship Management An Approach to Competitive Advantage in the Banking Sector by Exploring the Mediatonal Role of Loyalty (The Business School, University of Kashmir, Srinagar, India)*.
- Buchari, A . (2008). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta,



- Day, G.S. & Wensley, R. 1988. Assessing advantage: a Framework For Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*. Vol.52. pp.1-20
- Ekawati. (2016). Implementation of Ecoprenership and Green Innovation in Building Competitive Advantage to Generate Success of New Spa Products in Bali. *International Bussiness Management*. ISSN : 2660-2669.
- Everett, Rogers M. (1983). *Diffusion of Innovations Third Edition*, New York: The Free Press.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 118
- Fatkhurrohman , M. Dachyar. 2011. The Effect Of Innovation Factors to Customer Loyalty by Structural Equation Model. (Diakses 10 Desember 2014)
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2018). *Dynamic Capabilities, Creativity and Innovation Capability and Their Impact on Competitive Advantage and Firm Performance: The Moderating Role of Entrepreneurial Orientation*. *Technovation*, 92-93, 102061. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Gibran. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada *Fectory Outler The Summit* Bandung. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Bandung.
- Griffin, Jill. 2002. *Customer Loyalty. How To Earn It, How To Keep It. New and Revised Edition*.
- Gronlund, Norman E. dan Robert L. Linn. (1990). *Measurement and Evaluation in Teaching*. New York: ?Vlacmillan Publishing Company. \_
- Hair, J.F. JR., Anderson, R.E, Tatham, R.L. & Black, W.C. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Six Edition. New Jersey : Pearson Educational, Inc
- Hartono. (2008). *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Herman, H. (2018). *Stategi Keunggulan Bersaing Perusahaan melalui Loyalitas Pelanggan Pada PT Tunas Batam Karya*.
- Isnaeni, M. A., & Sanaji. (2016). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interverining ( Studi Pada Konsumen Kafe Fruit Coffee Refresho di Tulung Agung)

- Jamz, Perdanakusuma, K., Nur, Stdavidk, & Iq. (2021, September 21). Komplain Tokopedia Tidak kunjung Selesai Meskipun Ada Bukti. Media Konsumen. Retrieved November 6, 2021, from <https://mediakonsumen.com/2021/09/21/surat-pembaca/komplaintokopedia-tidak-kunjung-selesai-meskipun-ada-bukti>
- Jasmani, J. (n.d.). Pengaruh product development dan promotion mix Terhadap Peningkatan Penjualan Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing. Jurnal Ekonomi Efektif. Retrieved November 6, 2021, from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/3440>.
- Jayani, D. H. (n.d.). Pengunjung Situs Shopee Terbesar di Indonesia. Databoks. Retrieved November 6, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>.
- Karunia, E. (2014). Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Gabucci Collection Tasikmalaya .
- Kim WC, Mauborgne R. 2009. Blue Ocean Strategy, Strategi Samudera Biru (Terjemahan), Cetakan kesepuluh. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta. (Original Publisher: Harvard Business School Publishing Corporation. 2005)
- Kotler dan Keller (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macaman Jaya Cemerlang.
- Latan, H. dan Ghozali, I. 2013. Partial Least Square, Konsep Aplikasi Path Modelling XLSTAT. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (*Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya*).
- Margono S, 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. PT Rineka Cipta, Jakarta
- Moleong, Lexy J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Najib, M., Dewi, F. R&Widyastuti, H. 2014. Kolaborasi Orative Networks Sebagai Sumber Inovasi dan Daya Saing Berkelanjutan bagi Usaha Kecil Menengah Pengolahan Pangan di Indonesia. Jurnal Internasional Bisnis dan Manajemen. 9 (9): 147-60.
- Nedović, M., Mrvica Mađarac, S., & Bajić Sabljo, I. (2019). Innovation and creativity as a prerequisite to sustainable competitive advantages. *5th LIMEN Conference Proceedings (Part of LIMEN Conference Collection)*. <https://doi.org/10.31410/limen.2019.157>

- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok “liar”)
- NST, A. R. (2017). Pengaruh Kreativitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Homemadetea
- Porter, M. E. (2008). Strategi Bersaing (Competitive Strategy). Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Priyatno, Duwi. 2014. SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: Andi Offset. Rahayu, Basuki Sri. 2014.
- Rabbani, A. (2021, April 18). Pengertian reliabilitas, Karakteristik, Tujuan, Faktor, jenis, pengujian, rumus, Dan Cara Meningkatkan. Sosial79. Retrieved November 7, 2021, from <https://www.sosial79.com/2020/12/pengertian-reliabilitas-karakteristik.html>.
- Redaksi, R. (2020, July 6). Kacau Banget! Kok Bisa Sih Data Tokopedia Bocor? CNBC Indonesia. Retrieved November 6, 2021, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200704112811-37-170183/kacau-banget-kok-bisa-sih-data-tokopedia-bocor>.
- Robbins, Stephen P., 1994. Teori Organisasi: Struktur, Desain dan Aplikasi, Alih Bahasa Jusuf Udaya. Jakarta : Arcan.
- Rumelt, R. P. 2000. *Note On Strategy Evaluation. The Anderson School at UCLA*, 1.1-12
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley and Sons Ltd.
- Siddiqi, KO (2011), “Keterkaitan antara atribut kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di sektor perbankan ritel di Bangladesh”, *Jurnal Internasional Bisnis dan Manajemen*, Jil. 6 No.3, hal.12-36.
- Silalahi, A. P. B., & Tresani, N. (2020). Pengaruh Kinerja Teknologi Informasi dan Inovasi Teknologi terhadap Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan (Studi kasus PT Total Bangun Persada, TBK)
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga.
- Slamet, sari, Le, Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik, (Jakarta Barat: PT Indeks, 2018) hlm.17

- Sudarsono, J. G. (2017). Pengaruh visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.16-25>
- Sudjana, Nana, dan Ibrahim, 1989, Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Bandung: Sinar Baru
- Sugandini, Dyah. 2012. Karakteristik inovasi, pengetahuan konsumen, kecukupan informasi, persepsi resiko, dan kelangkaan dalam penundaan adopsi inovasi pada masyarakat miskin. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta. Tidak di Terbitkan.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta.
- Suhardja, W. (2019). Pengaruh Strategi Kompetitif Terhadap Inovasi Perusahaan Yang Bergerak Di Industri Kertas.
- Sumini, Ferawati, D. R., & Mutia, A. (1970, January 1). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Olahan di Sekolah Dayung Habibah kelurahan Legok Kecamatan Danau sipin kota Jambi. Repository UIN Jambi. Retrieved November 7, 2021, from <http://repository.uinjambi.ac.id/2486/>.
- Sutapa, S., Mulyana, M., & Wasitowati, W. (2017). The role of Market Orientation, Creativity and Innovation in Creating Competitive Advantages and Creative industry performance. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.15294/jdm.v1i1.12756>
- Urabe, Kuniyoshi, "Innovation and the Japanese Management System" dalam Kuniyoshi Urabe, John Child, dan Tadao Kagono (ed.), Innovation and Management: International Comparisons, New York: Walter de Gruyter, 1988
- Utari, A. D., Wahyun, S., & Umar. (2011). Pengembangan Produk Usaha kecil Handicraft untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen.
- Widi R. Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. J.K.G Unej. 2011; 8 (1): 27-34.
- Widjarjono, A. (2010). Analisis Statistika Multivariat Terapan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Data Pribadi

Nama : Kristina Hisman  
Tempat,tanggal lahir : Jakarta, 8 November 1999  
Alamat : Jalan Duku barat 1 nomor 6. Jakarta barat  
No hp : 081291170681  
Jenis kelamin : Perempuan  
Tinggi badan : 167 cm  
Berat badan : 63kg  
Agama : Katolik  
Kewarganegaraan : WNI  
Status : Belum menikah ( mahasiswi )  
Email : Veronikatinaa@gmail.com  
Hobi : photography, traveling, makan

### 2. Pendidikan formal

TK : TK Sangtumur  
SD : SD Tarsisius 2  
SMP : SMP Abdisiswa patra  
SMA : SMA Abdisiswa patra

# HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

12/26/2021

Turnitin

## Turnitin Originality Report



Processed on: 26-Dec-2021 07:32 WIB  
ID: 1735652105  
Word Count: 11596  
Submitted: 1

Similarity Index	Similarity by Source
1%	Internet Sources: 1% Publications: 2% Student Papers: N/A

PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PT TOKOPEDIA DENGAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI By Sa Kristina Hisman

1% match ()  
[Kurniasari, Rika. "PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING \(Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "AKAR"\)", 2018](#)

1% match (Internet from 11-Nov-2020)  
<http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XVI/makalah/sesi%203.pdf>

SKRIPSI **PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA** PT TOKOPEDIA DENGAN LOYALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DIAJUKAN OLEH : KRISTINA HISMAN – 115180048 Email : Kristina.115180048@stu.untar.ac.id PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Masalah Dalam dunia bisnis setiap usaha pasti ingin selalu maju, kompetisi sangatlah diperlukan agar suatu usaha dapat menunjukkan seluruh kemampuannya untuk dapat memenangkan persaingan yang ada. Kreativitas dan inovasi adalah faktor penting yang dapat membuat perubahan bagi suatu bisnis. Sebuah startup membutuhkan inovasi dan kreativitas untuk menciptakan sebuah peluang dalam penciptaan produk-produk baru yang nantinya dapat mengarah pada pengembangan produk dengan segala evaluasi yang diberikan oleh para early adopter. Inovasi ini nantinya akan membuat perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing yang ada dan nantinya perusahaan dapat menduduki puncak tertinggi dalam suatu bisnis. Kreativitas dan inovasi saling berkaitan erat dalam pengembangan produk untuk membuat para pelanggan bersifat loyal terhadap suatu perusahaan. Pelanggan yang loyal akan memilih perusahaan yang ia percaya dibandingkan dengan perusahaan yang lainnya, oleh karena itu perusahaan harus bertanggung jawab untuk bisa dipercaya oleh para customer dan nantinya perusahaan dapat memperoleh nilai lebih bagi kemajuan perusahaannya. Menurut laporan Start Up Ranking 2020, Tokopedia merupakan perusahaan e-commerce dengan valuasi terbesar di Indonesia, Tokopedia adalah perusahaan milik Indonesia yang sudah maju kedepan dan bahkan sebagian sahamnya dipegang oleh asing. Data books mencatat bahwa jumlah pengunjung Tokopedia mencapai 135,1 juta pada awal tahun 2021. Tokopedia menyediakan platform yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Tokopedia mempermudah segala urusan, mulai dari proses pencarian barang, pembelian barang dan juga Tokopedia pun membuka peluang usaha bagi