

## ABSTRAK

**Wafa Nur Aisyah, 2023. Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Ekonomi Kreatif Di Kinandara). Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom.**

Ketika suatu entitas bisnis mampu menawarkan nilai lebih atau keunggulan pada konsumen dibandingkan pesaing maka akan menghasilkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing diraih pada aktivitas dalam suatu industry atau pasar melalui penciptaan nilai ekonomi kreatif. Dalam turbulensi persaingan bisnis yang tinggi, dituntut setiap pebisnis untuk menghadirkan keunggulan bersaing diantaranya melalui kreativitas dan inovasi produk. Inovasi produk akan memperluas pasar sehingga inovasi produk telah menjadi bagian strategi penting dalam aktivitas bisnis masa depan.

Penelitian ini menggunakan teori Kreativitas produk, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing. Dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, khususnya industri kreatif sub *sector fashion* di Kinandara Butik. Aspek – aspek yang diteliti adalah kreativitas produk, inovasi produk, dan keunggulan bersaing.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian Deskriptif. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sumber data penelitian adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling dengan responden 49 orang. Sedangkan teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik kuesioner dengan menyebarkan angket kepada para konsumen Kinandara Butik. Selain itu juga menggunakan data dari hasil observasi dan dokumentasi yang di peroleh dari Kinandara Butik.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa 1) Terdapat pengaruh positif variabel kreativitas produk (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 46,5%. Maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. 2) Terdapat pengaruh positif variabel Inovasi Produk (X2) terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien determinasi sebesar 34,1%. Maka H02 ditolak dan Ha2 diterima. 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kreativitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) secara simultan terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien determinasi sebesar 52,2%. Maka H03 ditolak dan Ha3 diterima.

Jadi dapat disimpulkan Kreativitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing (Y) baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci : Kreativitas Produk, Inovasi Produk, Keunggulan bersaing dan Ekonomi Kreatif**