

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING**  
**(Suatu Studi pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya)**

**Oleh:**

**Nama Penulis: Isnani Awaliah Makmudah (NIM: 34002190272)**

**Pembimbing: M. Aziz Basari., S.Sos., M.M.**

**ABSTRAK**

**Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya)**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana *E-Commerce*, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya?; 2]. Bagaimana Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Produk secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya; 3]. Bagaimana Pengaruh Secara Parsial *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. *E-Commerce*, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya; 2]. Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Produk secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya; 3]. Pengaruh Secara Parsial *E-Commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah konsumen produk sepatu Compass, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel aksidental (kebetulan), dimana survey dilakukan kepada konsumen produk sepatu Compass. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *e-commerce* dan inovasi produk dan *e-commerce* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Produk Amily Hijab Tasikmalaya.

**Kata kunci: *e-commerce*, inovasi produk, keunggulan bersaing.**