

Pengaruh Pengembangan Usaha Terhadap Peningkatan Penjualan Dengan  
Kreativitas Bisnis Angkringan Sebagai Variabel *Moderating*  
(Studi Kasus Pada Bisnis Angkringan Kaum Millennial di Kecamatan Medan Barat  
Sumatera Utara)

Azizul Hakim Nugraha

Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara Medan

Email : [azizulhakimngrh@gmail.com](mailto:azizulhakimngrh@gmail.com)

Corresponding Mail Author: [azizulhakimngrh@gmail.com](mailto:azizulhakimngrh@gmail.com)

---

**Abstract :** *Angkringan, which is classified as a micro, small, and medium enterprise (MSME), has the potential to contribute to economic growth. Due to its low startup costs and relatively high revenue, angkringan can significantly enhance the economy. This research utilized a quantitative approach, employing the independent variable of Business Development (X), the moderating variable of Business Creativity (Z), and the dependent variable of Sales Improvement (Y). The sample consisted of 32 purposively selected angkringan businesses that had been operating for a minimum of one year. Primary data was collected through the distribution of questionnaires to the respondents. The data analysis techniques included validity tests, reliability tests, descriptive analysis, hypothesis testing, and Moderated Regression Analysis (MRA). The aim of this study was to determine the extent of the impact of business creativity on angkringan sales, providing motivation and insights for future endeavors. The results indicated that business development, moderated by business creativity, had a significantly positive influence on sales improvement. Therefore, it can be concluded that opening a business with creativity holds great potential for increasing sales.*

**Keywords:** *Angkringan, Business Development, Business Creativity, Sales Improvement, MRA.*

---

## I. Pendahuluan

Angkringan merupakan sebuah konsep usaha makanan dan minuman yang dikenal sebagai tempat nongkrong yang sangat asik, yang juga menawarkan suasana yang unik. Konsep ini pertama kali muncul di Jogja, dimana para pedagang menggunakan gerobak dorong dengan atap yang melengkung untuk menjual makanan dan minuman di pinggir jalan. Awalnya, angkringan didirikan sebagai respons terhadap keterbatasan lahan yang tidak memungkinkan untuk berjualan di tempat yang lebih luas. Para pedagang memanfaatkan keadaan tersebut sebagai cara untuk mencari nafkah dan melanjutkan hidup.

Seiring berjalannya waktu, angkringan mulai diminati oleh banyak orang, terutama mereka yang memiliki modal terbatas dan ingin membangun bisnis dengan modal kecil namun dengan peluang yang cepat berkembang. Di kota Jogja, angkringan sudah menjamur di setiap sudutnya, dan menjadi bagian integral dari budaya kulinernya. Konsep angkringan menawarkan lebih dari sekadar makanan dan

minuman, tetapi juga suasana yang nyaman dan ramah bagi para pelanggan. Tempat-tempat ini sering kali menjadi tempat nongkrong favorit bagi masyarakat, terutama kalangan menengah ke bawah.

Angkringan memberikan kesempatan bagi banyak orang untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan modal terjangkau. Selain itu, konsep ini juga menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi pada perekonomian lokal. Keberhasilan dan popularitas angkringan di Jogja telah menginspirasi banyak pengusaha kuliner di daerah lain untuk mengadopsi konsep serupa, sehingga angkringan kini menjadi bagian dari identitas kuliner Indonesia.

Angkringan kemudian diidentikkan dengan harga yang terjangkau serta menyesuaikan kebutuhan pasar mereka dan menjadikan pula jalan alternatif untuk menyantai tanpa harus memikirkan waktu dan sikap dalam memerhatikan gaya bicara maupun gaya pakaian. Dengan bisa melakukan hal apapun, hal itulah yang bisa membuat masyarakat nyaman duduk disana. Konsumen yang duduk disana juga bervariasi, seperti orang kantoran, anak muda, maupun yang sudah berkeluarga karena suasana angkringan ini memang untuk bersantai dan menghilangkan penat. Akrabnya suasana yang ada di angkringan tak hanya merujuk kedalam tempat yang disediakan, tetapi suasanalah yang membuat tempat tersebut nyaman untuk melepaskan masalah.

Kota medan merupakan kota perantaraan sehingga banyak orang dari luar kota datang ke kota Medan untuk menempatkan dan juga mengembangkan dirinya. pendatang yang mencoba mencari penghasilan dengan cara mencari peluang pekerjaan ataupun mendirikan usaha sendiri. Dan salah satu juga mata pencaharian di bidang usaha yang mungkin tidak ada matinya itu ialah usaha kuliner. Salah satunya membuat usaha makanan atau minuman dengan modal yang ringan yaitu membuka angkringan seperti di kota Jogja. Dengan begitu Pemerintah kota Medan memberikan akses untuk memulai bisnis UMKM sehingga masyarakat bisa memulai bisnis nya dengan bermodalkan kecil kecilan. Pemerintah juga mempromosikan dagangan mereka dengan membuat event seperti “ *kesawan city walk*” yang bisa sangat membantu untuk memberitahu masyarakat kota medan bahwasannya ada dagangan UMKM di kota medan.

Peneliti mendapat data dari beberapa sampel penelitian yang akan diteliti. Dari beberapa sampel tersebut terdapat angka persentase menurut variabel yang sudah ditentukan. Jadi, setiap perusahaan mempunyai ciri khas masing masing untuk membuat ketertarikan tersendiri. Persentase pada usaha yang memiliki kreativitas jauh lebih unggul dalam peningkatan penjualannya dan bisa di pastikan unggul dalam 70% dengan yang tanpa menggunakan inovasinya 30 % yang cenderung lebih mempertahankan pendapatan. Pemahaman inovasi dalam usaha angkringan terus meningkat.

Contohnya angkringan ini, bisa saja membuka angkringan dengan konsep yang baru tetapi tetap mempertahankan konsep angkringan yang sebenarnya agar konsumen tertarik untuk datang ke tempat angkringan tersebut. Bisa saja membuat konsep seperti cafe ataupun yang lainnya, tidak hanya memperbarui tempat atau pun konsep melainkan harus memperbarui produk produk yang lebih modern, tetapi mempertahankan konsep angkringan yang sebenarnya.

## II. Metode Penelitian

### Pendekatan penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis ialah metode penelitian kuantitatif. Kompetensi metode penelitian kuantitatif adalah memahami berbagai jenis penelitian dan metodenya, serta memahami beberapa konsep penelitian yang relevan untuk melakukan penelitian ilmiah. Metode penelitian itu sendiri merupakan landasan ilmiah untuk memperoleh data dan menjawab berbagai pertanyaan penting sebagai objek penelitian. Di sisi lain, metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ilmiah terus berkembang dan mendapat tempat penting dalam dunia penelitian ilmiah di Indonesia, baik dalam kajian sosial/sosiologi, ekonomi dan politik. Fokus makalah ini adalah membantu mahasiswa, lembaga dan pusat penelitian, serta masyarakat umum untuk melakukan penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji statistik yang sesuai soal, dan menerjemahkan output dan SPSS.

### Jenis Dan Pengumpulan Data

Keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk di teliti. Atau, populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti. Dengan demikian, populasi merupakan seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Peneliti tidak dapat menetapkan hubungan sebab akibat antara paparan dan hasil, tetapi peneliti hanya dapat menyimpulkan hubungan antara dua konsep intervensi, yaitu, tidak dapat menilai apakah intervensi memiliki efek dan apakah efek dari intervensi intervensi benar-benar apa yang seharusnya dilakukan.

### Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini melakukan observasi yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi usaha angkringan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode menyebarkan kuesioner online oleh peneliti kepada responden. Total dari kesuluruhannya yaitu 32 responden dan menggunakan seluruh sampel yang berarti peneliti menggunakan sampel jenuh. Ada beberapa Teknik yang harus dilakukan peneliti saat mengumpulkan data, jika tidak melakukan Teknik pengumpulan data maka peneliti sedikit kesulitan untuk mengemukakan ataupun menjalankan penelitian ini. Maka dari itu ada beberapa Teknik yang sedikit dijelaskan :

1. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara untuk penelitian ini sehingga peneliti bisa lebih jelas dan mendalami apa masalah yang harus diteliti. Peneliti menggunakan wawancara yang tidak berstruktur sehingga komunikasi antara peneliti dengan penjual lebih terbuka dan lebih fleksibel.

2. Kuesioner (angket)

Selanjutnya peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada para sampel untuk mendapatkan data dari sampel tersebut sehingga adanya kejelasan ataupun data yang valid dari penelitian ini

3. Dokumentasi

Sehingga dilakukannya dokumentasi untuk adanya bukti validasi didalam informasi dari berbagai sumber dari penelitian ini.

**Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari semua orang yang diwawancarai atau sumber data lain yang dikumpulkan.

Untuk menghitung data dari penelitian ini memerlukan SPSS untuk memastikan perhitungan data.

**Uji Kualitas Data**

1. Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

3. MRA (Moderating)

MRA merupakan uji regresi linier berganda yang memiliki unsur interaksi dalam persamaan regresinya dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. Variabel moderating adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen

$$Y = \alpha + \alpha_1 X + \alpha_2 X \cdot Z + e$$

Keterangan :

Y = Peningkatan perekonomian

$\alpha$  = Konstanta

X = Pengembangan usaha

Z = Kreativitas bisnis

e = Tingkatan kesalahan

4. Regresi Sederhana

Analisis/uji regresi merupakan suatu kajian dari hubungan antara satu variabel, yaitu variabel yang diterangkan (the explained variabel) dengan satu atau lebih variabel, yaitu variabel yang menerangkan (the explanatory).

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X + e$$

Y = Peningkatan perekonomian

$\alpha$  = Konstanta

X = Pengembangan usaha

e = Tingkatan kesalahan

### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier. Analisis regresi sangat berguna untuk tujuan prediktif (estimasi), yaitu bagaimana menggunakan variabel independen untuk memperkirakan nilai variabel dependen.

1. Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)  
 Dalam regresi linier berganda ini akan dimungkinkan untuk melihat besarnya kontribusi variabel penjelas secara bersama sama terhadap variabel dependen dengan melihat besarnya koefisien determinasi keseluruhan (R<sup>2</sup>).
2. Uji Parsial (Uji t)  
 Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen tunggal terhadap variasi variabel dependen penjelas.
3. Uji Simultan (Uji F)  
 Uji-F menentukan apakah variabel-variabel yang merupakan bagian dari model memiliki pengaruh keseluruhan terhadap variabel terikat.

### III. Hasil Dan Pembahasan

Peningkatan penjualan ialah hal yang diimpikan oleh pengusaha mikro ataupun yang biasa disebut angkringan. Pada hal tersebut peningkatan penjualan bisa juga didukung oleh peningkatan penjualan dan pengembangannya. Pada angkringan secara tidak langsung harus bersaing secara murni yakni tidak menjatuhkan sesama angkringan. Bersaing yang murni itu termasuk bagaimana cara menumpahkan inovasi dari masing masing angkringan.

Kreativitas bisnis ada berbagai macam dimulai dari rasa, tempat, dan apa saja yang bisa menambah ketertarikan yang bertujuan hanya untuk meningkatkan penjualan. Peningkatan penjualan bisa dilihat dari 1 tahun penjualan karna dari waktu tersebut bisa melihat keefektifan dari suatu penjualan yang dilihat dari beberapa sisi, maupun dari penjualan atau pun kemenarikan konsumen.

Dengan begitu peningkatan penjualan tidak hanya dapat dilakukan dengan sekali proses saja, namun butuh proses yang detail untuk memenuhi kriteria sukses dalam meningkatkan penjualan. Hal yang paling mendasar dalam melakukan peningkatan penjualan yakni manajemen yang tertata yang harus ditekuni sehingga bisa memahami setiap unsur dalam menjalani bisnis agar bisa bertahan dalam persepsi suatu manajemen yang baik yang bisa membuat berkembangnya suatu penjualan.

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Deskriptif

Memiliki pendapat analisis deskriptif bisa digunakan untuk analisis datanya, caranya dengan mendeskripsikan atau menggambarkan pada data yang telah terlebih dikumpulkan dan tidak untuk diambil kesimpulan serta berlaku secara umum atau generalisasi.

**Tabel 1. Statistik Deskriptif**

Statistics		X. Total	Z Total	Y Total
N	Valid	32	32	32
	Missing	0	0	0

Mean		20.75	20.44	17.81
Median		24.00	25.00	20.00
Mode		25	25	20
Std. Deviation		5.836	6.796	3.393
Minimum		8	8	10
Maximum		25	25	20

### Uji validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  pada untuk mengukur tingkat kevalidan suatu data. Kriteria pengujinya yaitu: jika nilai  $r_{hitung} >$  nilai  $r_{tabel}$  berarti setiap pernyataan dari kuesioner dinyatakan valid. Rumus  $r_{tabel}$  yaitu dengan  $df\ n-2 = 32 - 2 = 30$  yaitu sebesar 0,3494

#### 1. Pengembangan Usaha (x1)

**Tabel 2. Uji validitas variabel**

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,850	0,3494	Valid
2	0,917	0,3494	Valid
3	0,879	0,3494	Valid
4	0,910	0,3494	Valid
5	0,777	0,3494	Valid

Pada tabel di atas menjelaskan akan hasil dari uji validitas variabel X, menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner untuk variabel Harga pada penelitian ini dinyatakan valid.

#### 2. Peningkatan Penjualan (Y)

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Peningkatan Penjualan**

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,877	0,3494	Valid
2	0,848	0,3494	Valid
3	0,900	0,3494	Valid
4	0,870	0,3494	Valid

Pada tabel di atas menjelaskan akan hasil dari uji validitas variabel peningkatan penjualan, menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner untuk variabel Keputusan Pembelian pada penelitian ini dinyatakan valid.

#### 3. Kreativitas Bisnis (z)

**Tabel 4. Uji Validitas Kreativitas Bisnis**

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,907	0,3494	Valid
2	0,926	0,3494	Valid

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
3	0,964	0,3494	Valid
4	0,981	0,3494	Valid
5	0,947	0,3494	valid

Pada tabel di atas menjelaskan akan hasil dari uji validitas variabel kreativitas bisnis, menghasilkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner untuk variabel Word of Mouth pada penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Realibitas

Uji realibitas ialah uji yang digunakan dalam mengukur kekonistenan variabel penelitian. Suatu penelitian dikatakan riabel apabila jawaban dari responden dari setiap pertanyaan selalu tetap dari masa ke masa. Untuk menguji realibitas data dilihat dengan pengukuran cronbach alpha. Variabel penelitian dikatakan realibel apabila cronbach alpha-nya  $> 0,70$ .

**Tabel 5. Uji Realibilitas**

Variabel	Reliabilitas	Cornbach Alpha	Keterangan
Pengembangan usaha (x)	0,914	0,70	Reliabel
Peningkatan penjualan (y)	0,969	0,70	Reliabel
Kreativitas bisnis (z)	0,848	0,70	Reliabel

Dari tabel di atas, dapat dilihat akan uji reliabilitas dari variabel pengembangan usaha (x), peningkatan penjualan (y), kreativitas bisnis (z) menunjukkan nilai *Cornbach Alpha* yang  $>$  dari 0,70. Di ambil kesimpulan bahwa seluruh pernyataan kuesioner pada penelitian ini reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengukur normal tidaknya suatu model regresi pada penelitian. Untuk mengetahui apakah variabel pengembangan usaha, peningkatan penjualan, dan kreativitas bisnis. menghasilkan distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test, yaitu :

**Tabel 6. Uji Normalitas**

			Unstandardized Residual
N			32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.58801864
Most Extreme	Absolute		.189

Differences			
	Positive		.186
	Negative		-.189
Test Statistic			.189
Asymp. Sig. (2-tailed)			.005 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.185 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.175
		Upper Bound	.195

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 272886377.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk menguji nilai dari signifikansi data dianggap berdistribusi normal jika nilai (Asymp. Sig) sebesar  $0,185 > 0,05$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolonieritas menggunakan VIF (*varian inflation factor*) dan *Tolerance*. Kriteria tidak terjadi multikolonieritas jika nilai  $VIF < 10$ , dan jika *tolerance*  $> 0,1$ . Hasil menghitung nilai *tolerance* dan VIF adalah sebagai berikut.

**Tabel 7. Uji normalitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X. Total	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y Total

Pada tabel ini dapat dilihat nilai tolerance masing-masing variabel pengembangan usaha sebesar 1.000. sedangkan nilai VIF harga sebesar 1.000 Nilai tolerance semua variabel  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Hal ini menunjukan bahwa dalam model regresi pada seluruh variabel ini bebas dari masalah multikolonieritas. Data memenuhi

syarat uji multikolinieritas apabila seluruh variabel independen (X) memiliki nilai Tolerance dibawah 0,1 dan nilai VIF di bawah 10.

### Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedasitas menggunakan analisis statistic dapat dilakukan dengan uji glejser. Hasil dari analisis heteroskedasitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 8. Uji Heteroskedasitas**

			X. Total	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X. Total	Correlation Coefficient	1.000	-.037
		Sig. (2-tailed)	.	.842
		N	32	32
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.037	1.000
		Sig. (2-tailed)	.842	.
		N	32	32

Nilai sig 0,842 > 0,05 sehingga tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam penelitian. Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil dari uji heteroskedasitas pada seluruh variabel di baris Unstandardized Residual. memiliki nilai lebih besar 0,05. Dari data dapat dikatakan bahwa persamaan memenuhi uji heteroskedasitas sebab lebih besar dari 0,05.

### Uji Hipotesis

#### Uji Regresi Linier Sederhana Persamaan 1 (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Jika nilai sig < dari 0,05, maka Ha diterima atau variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai sig > 0,05, maka Ha ditolak atau variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Selain dengan menggunakan nilai signifikan, hasil uji t juga bisa diketahui dari hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka analisisnya dengan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 9. Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.153	1.070		6.688	.000

	X. Total	.514	.050	.884	10.342	.000
a.						
Dependent						
Variable: Y						
Total						

Nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel sehingga variabel X memiliki pengaruh positif terhadap Y.

#### Uji Simultan (uji f)

Untuk menggunakan uji simultan maka bisa dilihat dari hasil nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan dari hasil nilai sig pada output tabel Anova, kriteria pengujiannya sebagai berikut.

1. Jika nilai sig-nya < 0,05, maka  $H_0$  diterima dan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika nilai sig-nya > 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### IV. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa hal yang dapat dilihat mengenai pengusaha angkringan. Variabel pengembangan usaha (X) yang telah dimoderasi oleh variabel kreativitas bisnis (Z) memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan (Y). Hasil penelitian ini dapat dilihat dari kedua tabel koefisien determinasi  $R^2$ , yang menunjukkan bahwa ketika pengembangan usaha dimoderasi oleh kreativitas bisnis, pengaruhnya lebih besar terhadap peningkatan penjualan.

#### V. Daftar Pustaka

- Abbas Djamila, 2018, *Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar*, Maluku Utara : Universitas Muhammadiyah Maluku Utara
- Amirullah, 2015, *Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan Teknik)*, Malang : Bayumedia Publishing
- Ayu Sadriana, 2020, *Uji Reliabilitas Instrumen Penggunaan SPADA(Sistem Pembelajaran dalam Jaringan)*, Jurnal ilmiah fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia vol 6 No 1
- Azizah Risyda, 2015, *Angkringan Sebagai Unsur Tradisional Tempat Interaksi Sosial Masyarakat Perkotaan*, Jakarta: UIN Jakarta
- diakses dari liputan-medan.com/cerita-sebenarnya-medan-itu pada 09 desember 2021 pukul 20.45 WIB
- Ernawati Andi, 2021, *Pengaruh Pajak Daerah Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Alokasi Belanja Modal Pemerintah Kota Palopo*. Universitas Muhammadiyah Palopo
- Harmis Anjan Restiana, 2020, *Kreativitas Pengembangan Agrowisata Berbasis Regenerasi Petani Guna Meningkatkan Perekonomian Desa*, Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

- Hendrawan Andi, 2019, *Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*, Akademi Maritim Nusantara, Universitas Janabadra, Universitas Jenderal Soedirman
- Husein Umar, 2005, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Imsar,SEI, M.Si, 2018, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kota medan
- Janna Nilda Miftahul, 2021, *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, Indonesia
- Juliasty Sari, 2009, *Cerdas Mendapatkan Dan Mengelola Usaha*, PT Balai Pustaka.
- Kabasarang Dian Christiani , Adi Setiawan, Bambang Susanto,2012, *Uji Normalitas dengan menggunakan Statistik Jarque-Bera* Yogyakarta: Seminar Nasional Pendidikan Matematika Ahmad Dahlan
- Madiistriyatno Harries, 2020, *Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity quotient (AQ)*, Bandung: Widina Bhakti Persada
- Martha Ongky, 2015, *Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Ritel Modern Terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional Di Gresik*, Jawa Timur: Universitas Airlangga
- Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global*, Medan : Merdeka kreasi Group
- Muhammad yafiz, 2022, *Analisis Pengaruh Pembiayaan, Pembinaan Promosi Terhadap Kemampuan Usaha Mikro Dan Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro Pada Anggota Koperasi Syariah*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Mustafa khamal rokan, 2013, *Bisnis ala Nabi : teladan Rasulullah dalam berbisnis*, PT. Bentang pustaka.
- Nur Eko, 2016, *Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara*, Jawa Tengah: Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
- Oktaviana Nita, 2017, *Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya*, Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya
- [Peningkatan Positif COVID-19 di Medan Dalam Sebulan 52 Kasus Perhari - Regional Liputan6.com sw](#)
- Purnomo Rochmat Aldy, 2016, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, Ziyad Visi Media.
- Rohmiyati Yuli, 2018, *Model Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial*, Semarang: Universitas Diponegoro,
- Sri Ramadhani, 2019, *Analisa Strategi Pemasaran Produk Asuransi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Medan*, UINSU, Kota medan.
- Subanti Sri dan Arif Rahman Hakim, 2014, *Ekonometri*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Surya Dewi Luh , 2019, *Angkringan sebagai Daya Tarik Generasi Baby Boomers*, Jurnal Manajemen dan Bisinis, Volume 16, No. 1, Januari

- Wibowo Dimas Hendika, 2015, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM*, Malang : Universitas Brawijaya
- Yusuf Muri, 2017, *metode penelitian : kualitatif, kuantitatif, dan gabungan*, interpratama mandiri, Kencana : Jakarta.
- Diakses dari [liputan-medan.com/cerita-sebenarnya-medan-itu](http://liputan-medan.com/cerita-sebenarnya-medan-itu) pada 09 desember 2021 pukul 20.45 WIB
- Diakses dari [Peningkatan Positif COVID-19 di Medan Dalam Sebulan 52 Kasus Perhari - Regional Liputan6.com](http://Regional Liputan6.com)
- Dikutip dari <https://www.pariwisatasumut.net/2021/05/kesawan-city-walk-angkringan-medan.html>
- Dikutip dari <https://konsistensi.com/2015/05/analisis-regresi-variabel-moderating.html>
- Dikutip dari <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2017/07/kreatifitas-dalam-berbisnis>.
- Dikutip dari [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pertumbuhan-ekonomi/#Pengertian\\_Pertumbuhan\\_Ekonomi](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-pertumbuhan-ekonomi/#Pengertian_Pertumbuhan_Ekonomi).