

**DAMPAK INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP *COMPETITIVE
ADVANTAGE* DI AKIET KOKI**

**Disahkan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)**

SKRIPSI



201010001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

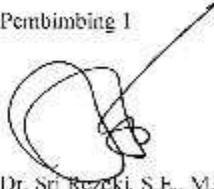
Skripsi dengan judul Dampak Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Competitive Advantage Di Akiel Koki

Yang dipersiapkan oleh:
VELICIA
201010001

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 6 Juni 2024

Pembimbing 1



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN. 0006037302

Pembimbing 2



Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN. 0117126501

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Dampak Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Competitive Advantage Di Akiel Koki

Yang dipersiapkan oleh:

VHICIA
201010001

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 13 Juli 2024

Penguji 1



Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
NIDN. 0112027303

Penguji 2



Dr. Fenny S.F. M.M.
NIDN. 0128049003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	: Velicia
NIM	: 201010001
Judul Tugas Akhir	: Dampak Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Competitive Advantage Di Akiel Koki
Pembimbing 1	: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing 2	: Dra. Pesta Gultom, M.M

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 30 Juni 2024



Velicia
201010001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “**Dampak Inovasi dan Kreativitas Terhadap *Competitive Advantage* di Akiel Koki**” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

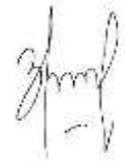
Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M.
5. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.

9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 30 Juni 2024



Velicia
201010001

ABSTRAK

Velicia, 201010001. 2024, Dampak Inovasi dan Kreativitas terhadap *Competitive Advantage* Di Akiet Koki, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Pembimbing II : Dra. Pesta Gultom, M.M.

Penelitian di lakukan di Akiet Koki. Penurunan penelitian *Competitive Advantage* yang tercermin dari data laba bersih perusahaan yang mengalami fluktuasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi dan Kreativitas secara parsial dan simultan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Akiet Koki pada tahun 2023. Jumlah sampel adalah 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability* sampling. Teknik analisa data menggunakan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis secara parsial, pengujian hipotesis secara simultan dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menghasilkan persamaan ***Competitive Advantage* = 7.050 + 0.165 Inovasi + 0.451 Kreativitas + e**. Hasil penelitian menunjukkan Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*. Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*. Inovasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*. Besarnya *R Square* adalah sebesar 0.713 atau 71.3% yang berarti Inovasi dan Kreativitas terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.

Kata Kunci : *Competitive Advantage*, Inovasi, Kreativitas

ABSTRACT

Velicia, 201010001. 2024, the impact of innovation and creativity on Competitive Advantage in Akiel Koki, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Advisor II : Dra. Pesta Gultom, M.M.

*Research conducted in Akiel Koki. The decline in Competitive Advantage research is reflected in the company's net profit data fluctuating. This study aims to determine the effect of innovation and creativity partially and simultaneously to the Competitive Advantage in Akiel Koki. This study uses quantitative methods and data sources in the form of primary and secondary data. The population in the study is the entire consumer Akiel Koki in 2023. The number of samples is 100 consumers. Sampling technique with nonprobability sampling. Data analysis techniques using validity testing, reliability, classical assumption test, multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing, simultaneous hypothesis testing and coefficient of determination. The results of this study produce the equation **Competitive Advantage = 7.050 + 0.165 innovation + 0.451 creativity + e**. The results showed that innovation partially had a positive and significant effect on Competitive Advantage. Creativity partially has a positive and significant effect on Competitive Advantage. Innovation and creativity simultaneously have a positive and significant effect on Competitive Advantage. The magnitude of R Square is equal to 0.713 or 71.3% which means innovation and creativity to the Competitive Advantage in Akiel Koki.*

Keywords: Competitive Advantage, Innovation, Creativity

MOTTO

“everything is hard before it is easy.”

(Johann Wolfgang von Goethe)

**“If you don't think, then you
shouldn't talk.”**

(March Hare – Alice in Wonderland)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

TUHAN yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya dalam hidupku. Terima kasih banyak ya, Tuhan...

Bpk OGK, yang tidak pernah jemu mendukung dan memotivasiku untuk menjadi orang yang sukses.

Teman-teman yang telah membantu selama pengerjaan skripsi, terimakasih karena akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama – sama.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT... ..	viii
MOTTO.....	ix
HALAM PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Competitive Advantage</i>	10
2.1.1.1 Pengertian <i>Competitive Advantage</i>	10
2.1.1.2 Dampak dari Keunggulan Bersaing	11
2.1.1.3 Alat Pengukuran Keunggulan Bersaing	12
2.1.1.4 Kriteria Keunggulan Bersaing.....	13

2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing.....	14
2.1.2 Inovasi.....	15
2.1.2.1 Pengertian Inovasi	15
2.1.2.2 Proses Inovasi.....	16
2.1.2.3 Ciri-ciri Inovasi	17
2.1.2.4 Tujuan Inovasi.....	18
2.1.2.5 Indikator Inovasi	19
2.1.3 Kreativitas	20
2.1.3.1 Pengertian Kreativitas	20
2.1.3.2 Pentingnya Pengembangan Kreativitas	21
2.1.3.3 Penunjang Kreativitas.....	22
2.1.3.4 Implementasi Kreativitas.....	23
2.1.3.5 Indikator Kreativitas	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.1.2 Waktu Penelitian.....	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.2.1 Jenis Data.....	30
3.2.2 Sumber Data.....	30
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel	31
3.4 Definisi dan Definisi Operasional Variabel Peneliti	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Validitas	35

3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3.1 Uji Normalitas	36
3.6.3.2 Uji Multikolonieritas.....	37
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.4 Koefisien Korelasi	38
3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.6.6 Uji Hipotesis	39
3.6.6.1 Uji Parsial (Uji <i>t</i>).....	39
3.6.6.2 Uji Simultan (Uji <i>F</i>)	40
3.6.7 Uji Koefisien Determinasi(R^2)	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah Singkat Akiat Koki	42
4.1.2 Visi dan Misi Akiat Koki.....	42
4.1.3 Struktur Organisasi Akiat Koki	42
4.1.4 Karakteristik Responden.....	44
4.1.4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	44
4.1.4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.4.3 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	45
4.1.4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.1.5.1 Uji Validitas	46
4.1.5.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.1.6.1 Uji Normalitas	50
4.1.6.2 Uji Multikolonieritas.....	52
4.1.6.2 Uji Heteroskedastisitas	53
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.1.8 Pengujian Hipotesis	55

4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	55
4.1.8.2 Uji Simultan (Uji-F).....	57
4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.1.10 Koefisien Korelasi.....	59
4.2 Pembahasan.....	61
4.2.1 Pengaruh Inovasi terhadap <i>Competitive Advantage</i>	61
4.2.2 Pengaruh Kreativitas terhadap <i>Competitive Advantage</i>	62
4.2.23 Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap <i>Competitive Advantage</i>	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran Akademis	65
5.3 Implikasi Manajerial	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY BERWARNA KARTU PESERTA SEMPROL

FOTOCOPY BERWARNA KARTU BIMBINGAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Laba Bersih Akiyet Koki Periode 2018 sampai 2022.....	3
Tabel 1.2	Pesaing Akiyet Koki	4
Tabel 1.3	Inovasi Menu Makanan Akiyet Koki.....	5
Tabel 1.4	Kreativitas Akiyet Koki	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
Tabel 3.2	Skala Likert	34
Tabel 3.3	Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Inovasi (X_1).....	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kreativitas (X_2).....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas untuk Variabel <i>Competitive Advantage</i> (Y) .	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	50
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.11	Hasil Analisis regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	56
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.15	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas	59
Tabel 4.16	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Responden Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Output SPSS Validitas Dan Reliabilitas Variabel Inovasi
Lampiran 4	output spss validitas dan reliabilitas variabel Kreativitas
Lampiran 5	Output SPSS Validitas Dan Reliabilitas Variabel <i>Competitive Advantage</i>
Lampiran 6	Tabulasi Responden Sampel Penelitian
Lampiran 7	Output SPSS Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda
Lampiran 9	Output SPSS Pengujian Hipotesis
Lampiran 10	Output SPSS Koefisien Determinasi
Lampiran 11	Output SPSS Koefisien Korelasi
Lampiran 12	Tabel Statistik r
Lampiran 13	Tabel Statistik t
Lampiran 14	Tabel Statistik F

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner di Indonesia merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan dan memiliki perkembangan cukup pesat dari waktu ke waktu. Salah satu faktornya adalah manusia yang tidak bisa lepas dari kebutuhan pokoknya berupa makanan dan minuman supaya dapat terus melakukan aktivitas sehari-hari dengan baik. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pertumbuhan penduduk maka akan semakin tinggi juga tingkat kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman. Hal ini menjadi salah satu penyebab tingkat persaingan yang tinggi dengan mengutamakan kreativitas dan inovasi makanan dan minuman agar dapat memuaskan konsumen.

Dengan tersedianya berbagai jenis alternatif pilihan kuliner yang dapat dengan mudah dijumpai oleh masyarakat Sumatera Utara, maka akan lebih besar pula tingkat persaingan antara berbagai jenis bisnis kuliner yang tersedia. Masyarakat pun menjadi lebih mudah menentukan pilihan yang dinilai memiliki nilai tertinggi dari sekian banyak produk pilihan. Maka dari itu, masing-masing jenis bisnis kuliner ini harus mampu memberikan nilai lebih dari produknya. Beberapa hal yang menjadi pertimbangan dari masyarakat dalam menentukan produk mana yang akan menjadi pilihannya adalah pertimbangan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan yang tidak biasa dari pesaingnya.

Dari berbagai jenis bisnis kuliner yang tengah berkembang di pasar Medan, jenis bisnis yang paling banyak diminati oleh masyarakat dan tidak

pernah kehilangan eksistensinya di hati masyarakat yaitu jenis bisnis restoran “*Chinese food*” adalah bisnis yang menawarkan berbagai menu kuliner makanan cepat saji dari berbagai jenis.

Keunggulan bersaing pada dasarnya merupakan tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat menciptakan perusahaan bagi pembelinya (Baktim dkk, 2018). Menurut Waruwu, dkk (2022), “Keunggulan Bersaing merupakan usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi berdasarkan sumber daya yang dimilikinya, menduduki posisi di atas pesaingnya dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan”. Perusahaan dalam posisi persaingan yang sama maupun berbeda harus menggunakan pemahaman ini untuk merancang penawaran pasar yang memberikan nilai lebih daripada penawaran pesaingnya.

Gambar 1.1

Beberapa Menu di Akiet Koki



Gambar 1.2
Akiet Koki



Peneliti di Akiet Koki yang memperoleh data sekunder berupa laba bersih yang diperoleh Akiet koki dari tahun 2018 sampai tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Laba Bersih Akiet Koki Periode 2018 sampai 2022

Tahun	Total Laba Bersih
2018	Rp. 95.242.000
2019	Rp. 98.184.000
2020	Rp. 72.028.000
2021	Rp. 130.663.000
2022	Rp. 105.663.000

Note. Akiet Koki, November 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Akiet Koki mengalami laba bersih yang fluktuasi. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 3.1%. Kemudian tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat dratis sebesar 28.6%. Pada tahun 2021 mengalami peningkatan laba bersih kembali sebesar 81.4% dan kondisi tahun 2022 mengalami penurunan laba bersih kembali sebesar 19.1%.

Di lokasi Akiet Koki terdapat beberapa pesaing yang selalu ramai dengan menu yang hampir sama yang dapat dilihat pada Tabel 1.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Pesaing Akiet Koki

Usaha	Alamat	Tahun Berdiri	E-commerce	Jarak
 Kwetiau Aphin	Jl. Iskandar Muda Baru No.28 D.	2012	Tersedia di <i>Grab</i> <i>Food/Gofood/</i> <i>Shopeefood</i>	260 m
 Mie Pangsit Siantar	Jl. Iskandar Muda Baru No.57.	2014	Tersedia di <i>Grab</i> <i>Food/Gofood/</i> <i>Shopeefood</i>	1.8 km
 Bakmi 69	Jl. Iskandar Muda Baru No.69.	2015	Tersedia di <i>Grab</i> <i>Food/Gofood</i>	1.8 km

Note. Akiet Koki, November 2023

Salah satu faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk. Menurut Poltak, dkk (2022), “Strategi inovasi juga harus diperhatikan mulai dari jenis, tipe, indikator sampai dengan level inovasi yang akan dipilih oleh suatu perusahaan dalam keunggulan bersaing”. Penelitian yang dilakukan Bakti, dkk (2018) yang menghasilkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini mengacu pada tinggi rendahnya keunggulan bersaing berhubungan dengan inovasi yang dilakukan perusahaan.

Peran inovasi tampak semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Untuk meningkatkan penjualan Akiet Koki melakukan berbagai inovasi namun tampak peran inovasi tidak terlalu bermanfaat dalam rangka meningkatkan penjualan. Hal ini tercermin dari menu baru yang kurang ada dilakukan sehingga menciptakan kebosanan bagi pelanggan. Akiet koki juga

pernah mengikuti makanan dan minuman yang lagi *hits* di Medan namun kurang optimal yang kemudian mengakibatkan Akiet Koki kurang dapat bersaing dengan rumah makan lainnya. Berbagai inovasi menu makanan Akiet koki dapat dilihat pada tabel 1.3 yaitu:

Tabel 1.3
Inovasi Menu Makanan Akiet Koki

No	Nama Makanan	Permasalahan
1.	 Ifumie Binjai	Menu Ifumie binjai mulai ada sejak tahun 2022, namun masih kurang diminati oleh para pelanggan karena dianggap tidak ada yang spesial namun harga yang ditawarkan cukup mahal.
2.	 Berbagai Minuman Kekinian	Awal tahun 2022, Akiet koki merancang berbagai minuman kekinian sehingga harga yang ditawarkan tetap murah namun memiliki rasa yang enak dengan taburan <i>topping</i> yang dapat dipilih. Minuman kekinian yang cukup digemari oleh kalangan muda namun untuk yang kalangan tua kurang disukai karena tingkat kemanisan dan dianggap kurang sehat. Karena minat yang rendah menu ini tidak tersedia di tahun 2023. Akiet Koki hanya menyediakan berbagai minuman teh dan badak.
3.	 Khaubak	Menu ini juga tergolong baru, namun karena permintaan yang rendah jadinya pihak Akiet Koki mengalihkan menjadi menu <i>pre-order</i> .

Note. Akiet Koki, November 2023

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa akiet koki melakukan berbagai inovasi menu makanan namun belum dapat menjadi gemaran para konsumen. Sejak tahun 2023 pihak Akiet koki tidak melakukan inovasi pembaharuan menu. Hal ini memicu Akiet koki kurang dapat meningkatkan penjualannya.

Menurut Widodo (2017), “Kreativitas wirausaha merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.” Penelitian yang dilakukan Handayani, dkk (2020) yang menghasilkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini mengacu pada tinggi

rendahnya keunggulan bersaing berhubungan dengan kreativitas yang dilakukan dalam menghasilkan suatu produk. Kreativitas memang bukan sesuatu yang harus dibatasi. Dalam mengelola usaha, keberhasilan seorang wirausaha terletak pada sikap dan kemampuan berusaha, serta memiliki semangat kerja yang tinggi. Adapun semangat kerja atau etos kerja yang tinggi seorang wirausaha terletak pada kreatifitas dan rasa percaya diri yang tinggi pada diri sendiri untuk memajukan usahanya dalam berwirausaha.

Kreativitas kewirausahaan masih belum memuaskan sehingga belum dapat menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efisien dan menguntungkan perusahaan. Akiet Koki juga tidak kreatif dalam memanfaatkan *e-commerce* sekarang seperti Grab, Gojek dan Shopee Food. Tidak seperti yang lain yang bekerja sama dengan berbagai *e-commerce* sehingga dapat meningkatkan penjualan karena lebih dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Sampai pada tahun 2023 Akiet Koki tidak bekerja sama dengan berbagai *e-commerce*. Sejauh ini, Akiet koki melakukan tingkat kreatif dalam pemilihan bahan yang berbeda seperti dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 1.4
Kreativitas Akiet Koki

No	Program	Kegiatan Kreativitas
1.	Produk	Akiet koki melakukan kreativitas menu nasi goreng yang memberikan pilihan dari nasi putih menjadi nasi merah untuk lebih sehat.
2.	<i>Price</i>	Karena melakukan pembeda dan lebih baik sehingga harga mengalami kenaikan dan ya hal ini yang dikeluhkan banyak konsumen.
3.	<i>Place</i>	Akiet Koki juga melakukan kegiatan kreatif dengan menambah beberapa furniture agar terkesan nyaman untuk konsumen.
4.	Promotion	Akiet koki kurang kreatif dalam hal ini sehingga kurang memanfaatkan berbagai perkembangan teknologi.

No	Program	Kegiatan Kreativitas
5.	<i>People</i>	Bapak Akiet tergolong berjiwa sosial jadi sering berbagi pengalaman hidup ke konsumen. Hal ini adalah tindakan kreatif dalam membangun hubungan kepada konsumen.
6.	<i>Process</i>	Proses Akiet Koki yang cukup lama namun nama Akiet Koki di Medan kurang dikenal.
7.	<i>Physical Evicence</i>	Hal-hal kreatif sebenarnya hampir sama dengan rumah makan yang lainnya jadinya tidak ada yang spesial dari tindakan kreatif.

Note. Akiet Koki, Desember 2023

Tabel 1.4 Akiet Koki melakukan kreativitas namun mengakibatkan harga menu yang lebih mahal di bandingkan pesaingnya. Hal ini berupaya agar menciptakan minat pembelian yang tinggi untuk konsumen. Namun, pada kenyataan penjualan Akiet Koki masih belum dapat meningkat walaupun telah dilakukan program kreatif dalam bentuk bahan yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul “**Dampak Inovasi dan Kreativitas Terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, disinyalir keunggulan bersaing mengalami kenaikan disebabkan oleh :

1. Program inovasi berkaitan dengan menu baru seperti ifumie Binjai, Khaubak dan aneka minumanan kekinian yang dilakukan masih belum baik sehingga belum dapat meningkatnya laba bersih.
2. Akiet Koki melakukan berbagai hal tindakan kreatif yang berhubungan dengan bahan baku seperti menggunakan nasi merah, sayuran *hydropolic*, namun belum mendorong ketertarikan pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel bebas Inovasi (X_1) dan Kreativitas (X_2) serta variabel terikat *Competitive Advantage* (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Akiet Koki.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki?
2. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki?
3. Apakah Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan ialah :

1. Untuk mengetahui Inovasi berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.
2. Untuk mengetahui Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.

3. Untuk mengetahui Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Aspek Praktis

Sebagai dasar peningkatan *Competitive Advantage* masa yang akan datang dengan perbaikan Inovasi dan Kreativitas.

2. Aspek Teoritis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti permasalahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Competitive Advantage*

2.1.1.1 Pengertian *Competitive Advantage*

Strategi pemasaran bersaing merupakan strategi yang memposisikan perusahaan secara kuat dalam menghadapi pesaing dan memberikan keunggulan strategis terkuat bagi perusahaan.

Menurut Waruwu, dkk (2022), “Keunggulan Bersaing merupakan usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi berdasarkan sumber daya yang dimilikinya, menduduki posisi di atas pesaingnya dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan”.

Menurut Firmasyah (2019), “Keunggulan bersaing digambarkan suatu strategi *benefit* perusahaan untuk kerjasama menciptakan keunggulan yang lebih efektif dalam pasarnya”.

Menurut Darmanto (2016), “Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang pada saat pesaing berusaha untuk menirunya akan selalu mengalami kegagalan secara signifikan.:

Menurut Wicaksana, dkk (2021), “Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kinerja pemasaran yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak”.

Menurut Suryati, dkk (2022), “Keunggulan bersaing merupakan faktor eksternal dari manfaat yang dihasilkan dan faktor internal yang mempengaruhinya adalah *intellectual capital*, struktur kepemilikan dan laba. Oleh sebab itu volatilitas laba merupakan salah satu aspek kunci yang perlu diteliti karena akan menyebabkan terjadinya risiko pada perusahaan yang menyebabkan ketidakpercayaan para pemegang saham karena perusahaan tidak memiliki keunggulan kompetitif yang diandalkan”.

Berdasarkan pengertian di atas bahwa keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industri. Untuk mendapatkan keunggulan bersaing diperlukan efisiensi serta usaha yang giat untuk mencapai keunggulan biaya yang disebabkan oleh pengalaman pengendalian biaya dan overhead yang ketat serta meminimalkan biaya.

2.1.1.2 Dampak dari Keunggulan Bersaing

Perusahaan yang bersaing dalam pasar sasaran tertentu mempunyai karakteristik yang berbeda yang menduduki posisi persaingan yang berbeda pula. Beberapa perusahaan merupakan perusahaan besar, memiliki banyak sumber daya, sudah matang dan terkenal. Menurut Wicaksana, dkk (2021), pada keunggulan kompetitif tentu memiliki fungsi penting yang ada, yaitu tentang perusahaan, konsumen serta bagi investor. Ketiga hal ini memang memiliki pengaruh dan merasakan langsung dampak dari adanya keunggulan yang

kompetitif.

1. Bagi perusahaan

Sebuah perusahaan harus mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya saat memiliki produk. Dengan membuat keunggulan pada produk atau layanan dalam bisnis, itu berarti usaha dikembangkan memiliki posisi yang baik di pasar dan pada akhirnya akan meningkatkan *bargaining power* secara menyeluruh pada bisnis.

2. Untuk konsumen

Bagi konsumen, dengan adanya keunggulan dari suatu produk atau layanan, maka konsumen mendapatkan apa yang diharapkan selama ini.

3. Bagi investor

Untuk investor, keunggulan kompetitif pada suatu bisnis dijadikan sebagai alat ukur serta tolak ukur dalam melakukan penilaian terhadap suatu bisnis.

2.1.1.3 Alat Pengukuran Keunggulan Bersaing

Manfaat dari keunggulan kompetitif selain perusahaan dan konsumen, calon investor juga akan merasakan manfaatnya. Ketika suatu perusahaan menerapkan strategi penciptaan nilai akan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Menurut Marzuki dan Sumardjo (2022), terdapat dua alat pengukuran dalam keunggulan kompetitif yaitu:

1. *Balance Scorecard*

Adalah alat pengukuran yang wajib dimiliki oleh perusahaan baik dalam

kelayakan bisnis dan juga keunggulan dan berkompetisi. Ada empat perspektif sebagai penilaian akan kelayakan bisnis untuk menyanggah keunggulan kompetitif, di antaranya perspektif keuangan, konsumen, internal dan perspektif SDM perusahaan.

2. *Triple Bottom Line*

Terdiri dari *people*, *profit* dan *planet*. Di mana sebuah bisnis bisa dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika tiga faktor tersebut saling beririsan atau ketiganya dimiliki dalam bisnis perusahaan. *People* artinya bagaimana bisnis perusahaan memiliki nilai manfaat bagi perusahaan, konsumen dan masyarakat sekitar lingkungan usaha. *Planet* seberapa besar perusahaan peduli terhadap lingkungan, apa dampak yang diberikan perusahaan pada lingkungan sekitarnya. *Profit* adalah bagaimana bisnis yang dijalankan perusahaan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2.1.1.4 Kriteria Keunggulan Bersaing

Menurut Andayani, dkk., (2022), dengan terus menjaga dan mengembangkan sumber keunggulan bersaingnya maka kelangsungan usaha tersebut akan tetap terjaga. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) apabila perusahaan memenuhi empat kriteria:

1. Bernilai (*valuable*), yaitu perusahaan atau organisasi mempunyai kemampuan untuk mengeksploitasi peluang atau menetralkan ancaman dari lingkungan eksternal.
2. Langka (*rare*), dimiliki oleh beberapa pesaing kini dan potensial.

3. Mahal untuk meniru (*costly to imitate*), yaitu apabila perusahaan tidak dapat memperolehnya atau harus memperoleh dengan biaya yang tinggi.
4. Tidak dapat digantikan (*non-substitutable*), yaitu pemanfaatan secara penuh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Menurut Waruwu, dkk (2022), indikator keunggulan bersaing adalah:

1. Pertumbuhan

Pertumbuhan bisnis adalah fenomena yang terjadi ketika pemilik bisnis, karyawan dan faktor luar lainnya mencari satu atau beberapa cara untuk meningkatkan pengalaman suatu perusahaan.

2. Aset tidak berwujud

Aset Tak Berwujud adalah aset non keuangan yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik. Aset ini dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan barang atau jasa, atau digunakan untuk tujuan lainnya

3. Realisasi produk pada layanan

Realisasi produk adalah suatu perencanaan yang mendetail tentang proses serta pekerjaan apa saja yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa tertentu yang meliputi *main processes* (proses-proses utama) dan *supporting processes* (proses-proses pendukung).

4. Kekuatan daya tawar

Bargaining power atau daya tawar adalah kekuatan pengaruh relatif dari masing-masing pihak dalam negosiasi, perselisihan, atau pertukaran. Dalam transaksi jual beli, tawar-menawar kemungkinan besar terjadi ketika ada kebutuhan untuk menegosiasikan harga, spesifikasi produk, dan pengiriman.

2.1.2 Inovasi

2.1.2.1 Definisi Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Dengan kata lain inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Dimana penggunaan metode baru dan berbeda serta teknologi untuk meningkatkan kualitas biaya atau lebih rendah, untuk memenuhi atau melampaui target perusahaan.

Menurut Samidi (2021), “Inovasi produk adalah proses pengembangan baru, desain yang menarik dan desain manfaat fungsional.”

Menurut Lestari (2019), “Inovasi adalah penentu kritis dari kinerja bisnis dan cenderung menjadi sarana strategis dalam menghadapi perubahan lingkungan internal dan eksternal.”

Menurut Sitorus dan Harahap (2019), “Inovasi merupakan inovasi dalam suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembapan, perilaku, nilai-nilai atau

praktik-pratik baru yang belum banyak diketahui dan digunakan atau diterapkan.”

Menurut Sisca, dkk (2021), “Inovasi adalah usaha baru yang dilakukan oleh pelaku organisasi dengan melalui pemikiran, ide-ide yang kreatif, penelitian dan diterapkan dalam menjalankan usahanya.”

Menurut Akmal (2021), “Inovasi adalah sebuah gagasan yang baru dapat di implementasikan dari inspirasi kreatif dan dapat diterima oleh kelompok tertentu dan dapat diaplikasikan atau diadopsi.”

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan suatu strategi yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dan mengatasi kejenuhan Konsumen akan sebuah produk atau jasa.

2.1.2.2 Proses Inovasi

Inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Menurut Lestari (2019), “Proses inovasi dirangkum dalam empat tahap sebagai berikut:

1. Melihat peluang

Peluang muncul ketika ada masalah yang dianggap sebagai suatu kesenjangan antara ideal dengan realitasnya. Oleh karena itu, perilaku inovatif dimulasi dari keterampilan melihat peluang kemudian menganalisisnya.

2. Mengeluarkan ide

Ketika dihadapkan pada suatu masalah, gunakan gaya berpikir konvergen,

yaitu gaya berpikir untuk mengeluarkan ide sebanyak-banyaknya sebagai upaya mengatasi masalah yang ada.

3. Mengkaji ide

Pada tahap ini, gaya berpikir divergen sangat diperlukan untuk mempertimbangkan manfaat dan kerugian implementasi suatu ide.

4. Implementasi

Pada tahap ini, diperlukan keberanian mengambil risiko, terutama risiko yang berkaitan dengan probabilitas kesuksesan dan kegagalan.

2.1.2.3 Ciri-ciri Inovasi

Inovasi memiliki aspek yang sangat luas karena dapat berupa barang maupun jasa, proses, metode pemasaran atau metode organisasi yang baru atau telah mengalami pembaharuan yang menjadi jalan keluar dari permasalahan yang pernah dihadapi oleh organisasi. Menurut Taneo, dkk., (2021), sebuah ide, gagasan ataupun teori hanya bisa digolongkan ke dalam sebuah inovasi jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Khas

Ciri utama dari sebuah inovasi adalah khas. Sebuah inovasi harus memiliki ciri khas sendiri yang tidak dimiliki ataupun ada pada ide atau gagasan yang sudah ada sebelumnya.

2. Baru

Setiap inovasi haruslah merupakan ide atau gagasan baru yang belum pernah dikemukakan ataupun belum pernah dipublikasikan.

3. Terencana

Setiap inovasi dibuat dengan perencanaan, dengan kata lain bahwa setiap inovasi merupakan kegiatan yang sudah direncanakan sejak awal.

4. Memiliki tujuan

Inovasi merupakan kegiatan terencana untuk mengembangkan objek-objek tertentu sesuai dengan tujuan masing-masing organisasi.

2.1.2.4 Tujuan Inovasi

Inovasi merupakan representasi dari ketidakberlanjutan kondisi dimasa lalu. Ketidakberlanjutan ini menjadi karakteristik yang membedakan inovasi dari perubahan karena perubahan merepresentasikan sebuah pecahan dari konfigurasi pelayanan sebelum atau pada saat tersebut dan atau kemampuan profesionalnya. Menurut Taneo, dkk., (2021), ada beberapa tujuan dari inovasi antara lain:

1. Untuk meningkatkan kualitas

Umumnya maksud inovasi yakni untuk meningkatkan kualitas pada produk atau pelayanan yang sudah ada sebelumnya, hingga bisa diperoleh kelebihan serta manfaat yang lebih baik lagi.

2. Untuk mengurangi biaya tenaga kerja

Inovasi dapat juga mengurangi biaya tenaga kerja. Dengan mesin-mesin itu pemakaian tenaga manusia dalam bekerja maka pekerjaan semakin dikurangi, dengan argumen bila memakai mesin akan lebih hemat biaya serta lebih cepat.

3. Untuk membuat pasar baru
Tujuan yang lain untuk membuat pasar yang baru, lantaran dengan berinovasi seseorang bisa membuka atau mengawali usaha yang baru.
4. Dengan berinovasi seseorang bisa membuka atau mengawali usaha yang baru
Inovasi dapat juga memperluas jangkauan sebuah produk.
5. Untuk mengurangi kerusakan lingkungan hidup
Dengan memanfaatkan inovasi, manusia bisa mengurangi kerusakan lingkungan.

2.1.2.5 Indikator Inovasi

Inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Samidi (2023), inovasi produk diukur dengan tiga indikator yaitu:

1. Manfaat baru
2. Desain yang menarik
3. Desain manfaat fungsional

2.1.3 Kreativitas

2.1.3.1 Pengertian Kreativitas

Wirausahawan adalah seseorang yang menghubungkan suatu gagasan kreatif dengan sebuah tindakan dan struktur bisnis tertentu. Istilah ini yang begitu populer untuk yang berwirausahawan dalam mengambil keputusan dan tindakan. Setiap dalam pemikiran yang dibangun untuk menempatkan disisi keunikan, maka sesuatu yang dianggap oleh orang lain itu serdehana dimata seseorang wirausahawan yang menjadi sesuatu luar biasa.

Menurut Irnawati, dkk (2021), “Kreativitas adalah kekuatan untuk menciptakan hal-hal yang membutuhkan fokus, keamuan, usaha dan ketekunan”.

Menurut Widodo (2017), “Kreativitas wirausahaa merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.”

Menurut Marbun (2018), “Kreativitas adalah kemampuan untuk menghadirkan sesuatu yang tidak dibuat oleh orang lain, sesuatu yang baru dan memiliki daya guna. Kreativitas adalah membuat sesuatu yang abstrak menjadi nyata, sesuatu yang potensial menjadi aktual”.

Menurut Riyanti (2019), “Kreativitas merupakan sebuah sifat, kemampuan, proses, berkreasi, pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi perilaku dan menghasilkan kebaruan”.

Menurut Sumarsono dan Supardi (2019), “Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang.”

Berdasarkan definisi kreativitas menurut para ahli diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kreativitas adalah suatu topik yang sangat relevan dan tidak hanya bagi wirausahawan yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Kreativitas adalah sumber yang sangat penting dalam terciptanya daya saing untuk semua organisasi yang peduli dengan *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan).

2.1.3.2 Pentingnya Pengembangan Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditandai oleh sukseksi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara tahap perkembangan. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau daya cipta. Sebagai seorang wirausaha kreativitas ini adalah modal yang sangat penting. Menurut Nofriser, dkk (2022), Kreativitas menjadi sangat penting karena:

1. Wirausaha yang kreatif dan mengali lebih jauh lagi untuk dapat meluncurkan produk yang belum pernah dibuat dipasar.
2. Dengan menjadi manusia kreatif, anda bukanlah peniru melainkan pemimpin dan pembuat *new*.
3. *First mover advantage*. Dengan menjadi manusia kreatif. anda akan memiliki keunggulan sebagai penggerak pertama penemu pertama yang memunculkan utama yang merintis akan menjadi pemimpin dan selalu siap dengan ide-ide baru dan terukut untuk melanjutkan langkah pasti kedepannya.

4. Persaingan akan membuat jalan yang dilalui wirausaha akan menjadi semakin sempit dan banyak jalan yang semula terbuka lebar akan ditutup oleh pesaing-pesaing baru.
5. Resiko adalah bagian dari kehidupan berwirausaha. resiko merujuk pada aspek keuangan yang mematikan usaha yang tidak bisa diatasi bahkan dapat merusak reputasi dan kepercayaan terhadap diri anda.

2.1.3.3 Penunjang Kreativitas

Kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan dalam pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Menurut Menurut Hamka, dkk., (2021), ada enam penunjang kreativitas bisnis yang dapat direalisasikan dalam praktek usaha dan manajemen organisasi, yaitu:

1. Tantangan, apakah pemilik/manajer sudah memberikan tantangan yang cukup bagi para pekerjanya, menetapkan pekerjaan yang cukup bagi pekerjanya, menetapkan pekerjaan yang tepat untuk orang dan pada saat yang tepat dan semakin menantang, makin memicu kreativitas.
2. Kebebasan, apakah manajer sudah memberikan otonomi yang cukup kepada para pekerjanya dalam bekerja, termasuk dalam mengambil keputusan yang relevan di bagian pekerjaannya.

3. Sumber daya, apakah perusahaan sudah memperhatikan dan mengalokasikan dengan bijaksana sumberdaya utama yang mempengaruhi kreativitas yaitu waktu dan uang.
4. Fitur pembagian pekerjaan yang sesuai, apakah perusahaan sudah mengumpul-kan orang-orang yang tepat pada satu kelompok pekerjaan, sehingga kombinasi mereka menghasilkan pekerjaan yang baik.
5. Dukungan manajemen atau manajer/atasan, apakah manajemen sudah mem-perhatikan dan memberi penghargaan kepada para pekerja, tidak saja pada saat ia berhasil, tetapi juga pada momen-momen yang kurang berhasil saat mereka membutuhkan dukungan.
6. Dukungan organisasi; apakah seluruh pihak dalam organisasi dan disain organisasi menunjang kreativitas bisnis.

2.1.3.4 Implementasi Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan menciptakan ide-ide atau gagasan baru melalui penciptaan iklim organisasi yang kondusif, kepemimpinan yang demokratis dan budaya organisasi yang kreatif. Menurut Hamka, dkk., (2021), Adapun dimensi dan indikator variabel kreativitas yang digunakan pada industri pengolahan makanan dan minuman adalah sebagai berikut:

1. Iklim organisasi
 - a. Sensitif terhadap perubahan dan permasalahan dalam lingkungan.
 - b. Mampu menghasilkan ide atau gagasan dalam mengatasi perubahan lingkungan usaha.

- c. Berani menerima kegagalan atas dasar pemikiran yang rasional.
 - d. Kepemimpinan:
 - e. Berupaya meningkatkan efisiensi kerja pada setiap karyawan.
2. Kepemimpinan
- a. Berupaya meningkatkan efisiensi kerja pada setiap karyawan.
 - b. Berupaya meningkatkan mutu produk melalui ide kreatif.
 - c. Memberi kebebasan bagi karyawannya untuk membangun ide atau gagasan yang kreatif.
3. Budaya organisasi
- a. Membangun budaya yang adaptif melalui instrument berorientasi kreativitas.
 - b. Membangun budaya yang adaptif melalui instrument berorientasi kreativitas.
 - c. Menanamkan pemahaman tentang nilai kreatif pada semua level organisasi.

2.1.3.5 Indikator Kreativitas

Kreativitas merupakan sebuah konsep yang majemuk dan multi-dimensial, sehingga sulit didefinisikan secara operasional. Definisi sederhana yang sering digunakan secara luas tentang kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Menurut Widodo (2017) indikator dari kreativitas, yaitu :

1. Kelancaran (*fluency*)

Kelancaran adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.

2. Keluwesan (*flexibility*)

Keluwesan adalah kemampuan yang dikemukakan dengan bermacam-macam pemecahan terhadap masalah.

3. Keaslian (*originality*)

Keaslian adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli atau tidak klise.

4. Elaborasi (*elaboration*)

Elaborasi adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci.

5. Redefinisi (*redefinition*)

Redefinisi adalah kemampuan yang dapat meninjau suatu persoalan dengan berdasarkan perspektif yang berbeda.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian ini adalah :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Bakti, dkk (2018) Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 5 No.2 p-ISSN : 1829-7528 e-ISSN : 2581-1584 (Sinta 2) Malang	Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan	Variabel Moderasi Keunggulan Bersaing Variabel bebas Inovasi Orientasi Pasar Variabel terikat Kepuasan Pelanggan	Berdasarkan hasil pengujian, secara langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Orientasi pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keunggulan bersaing. Inovasi dan orientasi pasar secara tidak langsung berpengaruh

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keunggulan bersaing..
2.	Dahana, dkk (2021) Journal of Applied Management (JAM) Volume 19 Number 2, e ISSN: 2302-6332 p ISSN: 1693-5241 (Sinta 2) Malang	<i>Competitive Advantage To Mediate The Influence Of Product Innovation And Entrepreneurial Orientation On Marketing Performance In Small And Medium Industry</i>	Variabel Moderasi Keunggulan Bersaing Variabel bebas <i>Product Innovation Entrepreneurial Orientation</i> Variabel terikat <i>Marketing Performance</i>	Hasil penelitian menemukan bahwa inovasi positif terhadap pemasaran, kewirausahaan positif terhadap pemasaran, produk inovasi berdampak langsung berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, kewirausahaan memiliki dampak positif langsung berpengaruh pada keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif memiliki efek positif langsung pada kinerja pemasaran, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan kompetitif, dan orientasi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja pemasaran melalui keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif bertindak sebagai variabel mediasi parsial.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Markus, dkk (2018) Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume XVII, No. 3, ISSN:2580-118X Print ISSN: 1412-8527 (Sinta 3) Semarang	<i>The Influence Of Differences Strategy, Market Orientation, and Innovation of Competitive Advantages And Company Performance (Empirical Study on Star Hotels in Semarang City)</i>	Variabel bebas <i>Differences Strategy Market Orientation Innovation</i> Variabel terikat <i>Competitive Advantages Company Performance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Differences Strategy Market Orientation Innovation</i> berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
4.	Dahlia, dkk (2022) Journal Of Eastern European And Central Asian Research Vol.9 No.5 (Scopus) Sumatera Selatan	<i>The Influence Of Product Creativity On Competitive Advantage</i>	Variabel bebas <i>Product Creativity</i> Variabel terikat <i>Competitive Advantage</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
5.	Hartono (2020) Binus Business Review Vol. 4 No. 2 November 2020: 756-76 ISSN 2087-1228 (Sinta 2) Palmerah	<i>The Impact Of Leadership, Creativity, And Innovation On Competitive Advantage: Proposing A Comprehensive Framework For A Better Indonesia</i>	Variabel bebas <i>Leadership, Creativity Innovation</i> Variabel terikat <i>Competitive Advantage</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Leadership, Creativity, And Innovation</i> berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
6.	Nainggolan, dkk., (2023) Gudang Jurnal	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan	Variabel bebas Kreativitas dan Inovasi Produk Variabel terikat Keberhasilan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keberhasilan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Multidisiplin Ilmu Vol. 1 No. 2 Agustus 2023 ISSN 2988-5760 (Sinta5)	Usaha (Studi Kasus Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan)	Usaha	Usaha.

Note. Jurnal Penelitian, November 2023

2.3 Kerangka Pemikiran

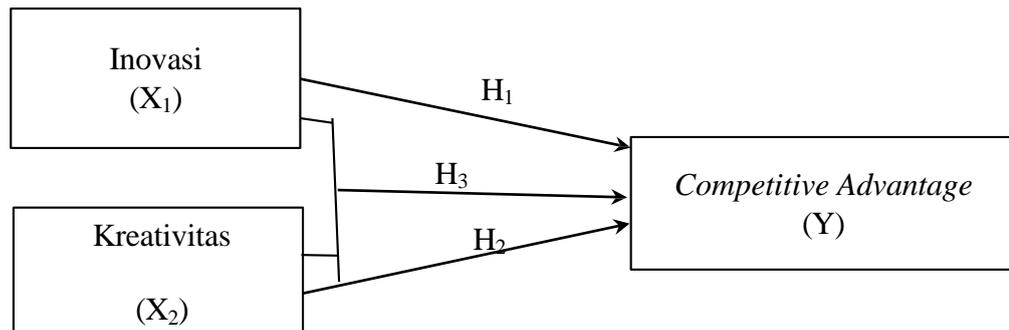
Inovasi produk menjadi semakin penting dan diakui keberadaannya sebagai satu strategi dalam merespon persaingan bisnis yang makin kompetitif dan memiliki para pengambil keputusan dapat memberikan keputusan untuk mengatasi permasalahan bisnis dan tantangan bisnis yang muncul dan memberiakan dasar yang kuat untuk menjaga kelangsungan hidup dan mencapai kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang.

Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Seorang wirausaha tidak mudah menciptakan suatu usaha dengan waktu yang singkat. Ide usaha yang menarik, mampu melihat peluang, dan siap akan resiko yang ada adalah bekal yang diperlukan wirausaha untuk siap bersaing di pasar. Wirausaha harus mempunyai skill tertentu, pengetahuan mengolah dengan cara yang berbeda, serta mampu membuat produk yang kreatif dan inovatif untuk siap masuk ke pasar dan bersaing.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Berikut hipotesis penelitian yang digunakan penulis yakni sebagai berikut :

- H₁: Inovasi berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki
- H₂: Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki
- H₃: Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Akiet Koki yang beralamat di jalan PWS 107 Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai sejak bulan Maret sampai April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Menurut Sujarweni (2019), “data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.”

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2019), “Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.” Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan responden yang berkaitan dengan variabel penelitian berupa Inovasi dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing dan pembagian kuesioner kepada pelanggan.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2019), “Data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi yang berupa buku-buku, jurnal penelitian yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu Inovasi dan Lingkungan Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing.”

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi termasuk pelanggan. Menurut Arikunto (2018), “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen Toko Akiat Koki dari tahun 2018-2022. Populasi dalam penelitian tidak dapat dipastikan jumlahnya.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Menurut Arikunto (2018), “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi populasi yang teliti.” Rumus *Hair* digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut *Hair* (2017) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar misalnya 400, maka metode menjadi sangat

sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran-ukuran *goodness of fit* yang baik. Jadi, dengan jumlah indikator sebanyak 10 buah dikali 10. Jadi, melalui perhitungan berdasarkan rumus tersebut, didapat jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 100 orang yang berasal dari konsumen Akiet Koki. Indikator yang digunakan pada penelitian ini disesuaikan dengan indikator yang digunakan oleh kuisisioner.

3.4 Definisi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel bebas

Menurut Sugiyono (2017), “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Inovasi (X_1) dan Kreativitas (X_2).

2. Variabel terikat

Menurut Sugiyono (2017), “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Competitive Advantage* (Y).”

Definisi variabel Inovasi, Kreativitas dan *Competitive Advantage* dan indikator atau karakteristik variabel yang dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Inovasi (X ₁)	Inovasi produk adalah proses pengembangan manfaat baru, desain yang menarik dan desain manfaat fungsional.	1. Manfaat baru 2. Desain yang menarik 3. Desain manfaat fungsional	Skala <i>Likert</i>
	Sumber: Samidi (2021)	Sumber: Samidi (2021)	
Kreativitas (X ₂)	Kreativitas wirausaha merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.	1. Kelancaran (<i>fluency</i>) 2. Keluwesan (<i>flexibility</i>) 3. Keaslian (<i>originality</i>) 4. Elaborasi (<i>elaboration</i>)	Skala <i>Likert</i>
	Sumber: Widodo (2017)	Sumber: Widodo (2017)	
<i>Competitive Advantage</i> (Y)	Keunggulan Bersaing merupakan usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi berdasarkan sumber daya yang dimilikinya, menduduki posisi di atas pesaingnya dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan.	1. Pertumbuhan 2. Realisasi produk pada layanan 3. Kekuatan daya tawar	Skala <i>Likert</i>
	Sumber : Waruwu, dkk (2022)	Sumber : Waruwu, dkk (2022)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti dilakukan dengan cara :

1. Angket atau Kuesioner

Menurut Arikunto (2018), “kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis

yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui.” Kuesioner dalam penelitian dibagi kepada semua konsumen. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (R)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Note. Arikunto (2018)

2. Wawancara

Menurut Arikunto (2018), “interview yang sering disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*).” Interview digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang. Wawancara dilakukan kepada pelanggan pada perusahaan ini. Wawancara dilakukan kepada konsumen pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang permasalahan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang diteliti.

3. Studi dokumentasi

Menurut Arikunto (2018), “dokumentasi, dari asal katanya dokumen yang

artinya barang-barang tertulis.” Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan dan juga teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan salah satu ciri keabsahan dalam suatu penelitian. Menurut Sujarweni (2019), “Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.” Kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Kriteria dinyatakan valid adalah

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran sekali saja. Pada pengukuran ini keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* dengan fasilitas *Cronbach Alpha*. Menurut Sujarweni (2019), “Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.” Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Menurut Sujarweni (2019), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak.” Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.

2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

3.6.3.2 Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Menurut Sujarweni (2019), “Uji multikolonieritas merupakan suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.” Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolonieritas adalah dengan cara mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah Nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Sujarweni (2019), “Uji heteroskedastisitas keadaan di mana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas.” Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* dimana sumbu *Y* adalah *Y* yang diprediksi, dan sumbu *X* adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. ”Dalam penelitian ini akan digunakan metode *chart* (Diagram *Scatterplot*), dengan dasar pemikiran bahwa :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. 1. Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $+1$ ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa

1. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diakui dengan kenaikan dan penurunan Y . Jika $r = +1$ atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.
3. Jika $r = 0$ atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

Tabel 3.2
Keofisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Tinggi
0,80 - 1,000	Sangat Tinggi

3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linear berganda. Menurut Sujarweni (2019), “Analisis regresi linear berganda adalah penelitian yang bertujuan melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear.” Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	:	<i>Competitive Advantage</i>
X ₁	:	Inovasi
X ₂	:	Kreativitas
a	:	Konstanta
β ₁ , β ₂ ,	:	Koefisien regresi variabel bebas
e	:	<i>Term of error</i>

3.6.6 Uji Hipotesis

3.6.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dapat digunakan untuk menguji secara parsial secara masing-masing pada variabel. Menurut Sujarweni (2019), “Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam

menerangkan variabel dependen.” Dengan ketentuan:

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ Secara parsial Inovasi tidak berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiel Koki. Secara parsial Kreativitas tidak berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiel Koki.
2. $H_a: \beta_1 = \beta_2 \neq 0$ Secara parsial Inovasi berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiel Koki. Secara parsial Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiel Koki.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji *t* adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dikenal juga dengan uji anova, uji untuk melihat pengaruh variabel secara bersamaan. Menurut Sujarweni (2019), “Uji F adalah Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi di mana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.” Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ Secara simultan Inovasi dan Kreativitas tidak berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di

Akiet Koki.

2. $H_a: \beta_1 = \beta_2 \neq 0$ Secara simultan Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Menurut Sujarweni (2019), “Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran terpenting dalam regresi. Koefisien determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen.” Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Akiet Koki

Akiet Koki merupakan rumah makan yang menyediakan makanan *Chinese food* yang beralamat di jalan PWS 107 Medan sejak tahun 2017. Saat ini, Akiet Koki telah cukup banyak menyediakan atau menyiapkan kebutuhan makanan di berbagai kebutuhan. Akiet Koki mulai operasional sore jam 17.00 sampai 21.00. Akiet Koki ini mengutamakan cita rasa dan pelayanan yang prima serta 100% masakan *home made* atau dibuat dengan tangan langsung dan diolah dari bahan-bahan tradisional.

4.1.2 Visi dan Misi Akiet Koki

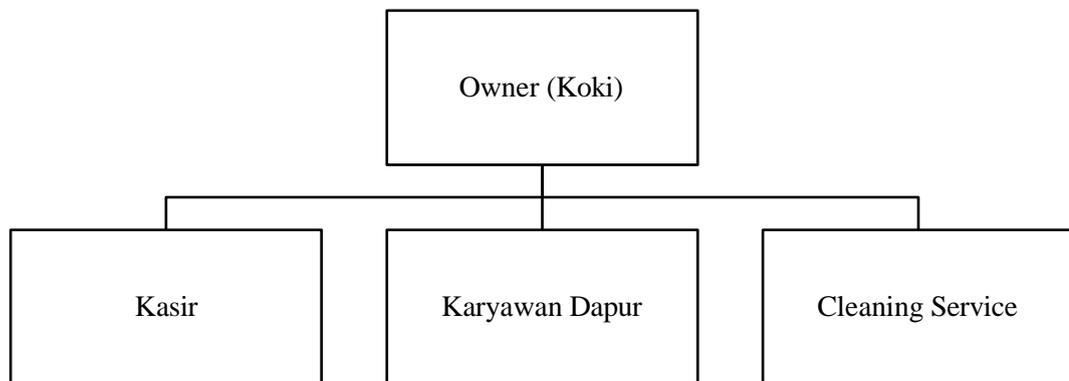
Visi Akiet Koki menjadi perusahaan yang terbaik dalam bidang jasa dan menciptakan makanan yang murah, enak dan sehat. Misi Akiet Koki adalah menciptakan inovasi baru, menjaga kualitas produk, memiliki pegawai yang terampil dan memberi pelayanan terbaik.

4.1.3 Struktur Organisasi Akiet Koki

Dalam perusahaan, harus jelas adanya pembagian pekerjaan, gambaran hubungan antara atasan dengan bawahan, tugas serta tanggung jawab. Dengan pengorganisasian yang baik maka segala sesuatu yang telah ditetapkan,

direncanakan oleh perusahaan tercapai secara maksimal. Dilihat dari bentuk dan susunannya, organisasi Akiet Koki dapat digolongkan dalam bentuk organisasi *line* and staf. Dalam struktur organisasi yang berbentuk *line* kekuasaan dan tanggung jawab berjalan dari pucuk pimpinan ke bawah sesuai bagian-bagian. Adapun struktur organisasi pada Akiet Koki sebagai berikut :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Berikut adalah penjabatan tugas masing-masing jabatan di Akiet Koki adalah :

1. Owner
 - a. Sebagai koki.
 - b. Melayani pemesanan secara langsung
 - c. Melakukan pembersihan di dapur.
 - d. Sebagai kasir
2. Karyawan Dapur
 - a. Melakukan pencucian perlengkapan dan peralatan makan konsumen.
 - b. Melayani pencatatan menu konsumen.

- c. Menyediaan minum
- 3. Karyawan Dapur
 - a. Melayani pencatatan menu konsumen.
 - b. Melayani pembayaran konsumen.
- 4. *Cleaning Service*
 - a. Bertanggung jawab kebersihan dapur dan lingkungan Akiet Koki.

4.1.4 Karakteristik Responden

4.1.4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia

Hasil analisis data berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Konsumen	Persentase
<20-30 Tahun	64	64%
31-40 Tahun	24	24%
> 40 Tahun	12	12%
Total	100	100%

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.1 responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di bawah 20-30 tahun sebanyak 64 responden, responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 31-40 tahun sebanyak 24 responden dan responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 12 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia >20-30 tahun.

4.1.4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Konsumen	Persentase
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Total	100	100%

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.2 responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 responden dan responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 61 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.1.4.3 Karakteristik Berdasarkan Pernah Berkunjung

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan pernah berkunjung responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Berkunjung

Pernah Berkunjung	Jumlah Konsumen	Persentase
<5 kali	84	84%
>5 kali	16	16%
Total	100	100%

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.3 responden yang melakukan pembelian <5 kali sebanyak 84 responden sedangkan untuk responden yang melakukan pembelian >5 kali

sebanyak 16 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini pernah berkunjung < 5kali.

4.1.4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan pernah berkunjung responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Penah Berkunjung	Jumlah Konsumen	Persentase
Pelajar	24	24%
Mahasiswa	30	30%
Ibu Rumah Tangga	15	15%
Pegawai Swasta/Negeri	31	31%
Total	100	100%

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.4 responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 24 responden, responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pelajar mahasiswa sebanyak 30 responden, responden yang mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 15 responden dan responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta atau negeri sebanyak 31 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini mempunyai pekerjaan sebagai pegawai swasta atau negeri

4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut

Sujarweni (2019), uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria dinyatakan valid adalah:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dikatakan tidak valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Inovasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas untuk Variabel Inovasi (X_1)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Akiet Koki sering melakukan inovasi menu makanan agar menarik bagi konsumen.	0.848	0.361	Valid
2.	Seringnya Akiet Koki melakukan inovasi berbagai tambahan <i>topping</i> makanan di Akiet Koki	0.855	0.361	Valid
3.	Akiet Koki memodifikasi rasa makanan sesuai dengan keinginan konsumen.	0.847	0.361	Valid
4.	Akiet Koki memodifikasi ruangan agar kelihatan nyaman.	0.857	0.361	Valid
5.	Akiet Koki melakukan inovasi terhadap kemasan produk agar terkesan higienis dan ramah lingkungan.	0.824	0.361	Valid
6.	Akiet Koki melakukan inovasi terhadap bahan makanan yang <i>fresh</i> .	0.773	0.361	Valid

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Inovasi (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Inovasi (X_1) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Kreativitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas untuk Kreativitas (X₂)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Akiet Koki mampu mengadaptasi ide-ide baru untuk menciptakan produk yang berbeda dengan orang lain	0.594	0.361	Valid
2.	Akiet Koki memberikan nilai yang membedakan produk yang saya hasilkan berbeda dengan orang lain	0.710	0.361	Valid
3.	Akiet Koki mampu menemukan ide – ide baru untuk mengembangkan usaha	0.870	0.361	Valid
4.	Akiet Koki dapat beradaptasi dengan perubahan permintaan pembeli sehingga dapat memuaskan konsumen.	0.860	0.361	Valid
5.	Akiet Koki melakukan cara-cara baru untuk mengembangkan peluang usaha.	0.873	0.361	Valid
6.	Akiet Koki menerima kritik dan saran sehingga agar melakukan tindakan kreatif sesuai dengan perkembangan pasar.	0.822	0.361	Valid
7.	Penyajian makanan di Akiet Koki yang diterapkan dapat meningkatkan nilai seni dan estetika.	0.713	0.361	Valid
8.	Makanan di Akiet Koki memiliki tekstur yang sesuai dengan keinginan konsumen.	0.616	0.361	Valid

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Kreativitas (X₂) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Kreativitas (X₂) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel *Competitive Advantage* dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.7*Hasil Uji Validitas untuk Variabel Competitive Advantage (Y)*

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Akiet koki rutin melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan pasar.	0.606	0.361	Valid
2.	Akiet koki melakukan kreativitas menu yang beraneka ragam agar dapat bersaing.	0.748	0.361	Valid
3.	Penyajian makanan yang tidak lama	0.813	0.361	Valid
4.	Layanan yang diberikan sesuai dengan permintaan konsumen.	0.756	0.361	Valid
5.	Akiet koki menawarkan harga yang bersaing	0.789	0.361	Valid
6.	Akiet Koki memberikan menu-menu yang lengkap.	0.804	0.361	Valid

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel *Competitive Advantage (Y)* memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel *Competitive Advantage (Y)* dinyatakan valid.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2019), Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran sekali saja. Pada pengukuran ini keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang

sama dengan bantuan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* dengan fasilitas *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

1. *Cronbach's alpha* < 0.6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* > 0,8 = reliabilitas baik.

Berikut hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu :

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Inovasi	0.911	6
Kreativitas	0.892	8
<i>Competitive Advantage</i>	0.847	6

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.8 Hasil di atas menunjukkan variabel inovasi (X_1), kreativitas (X_2) dan *competitive advantage* (Y) berada di atas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

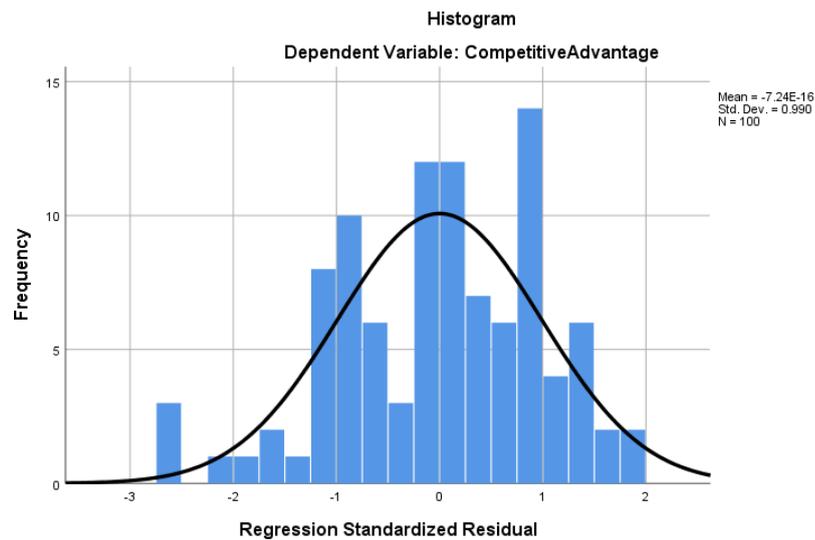
4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Menurut Sujarweni (2019), “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan

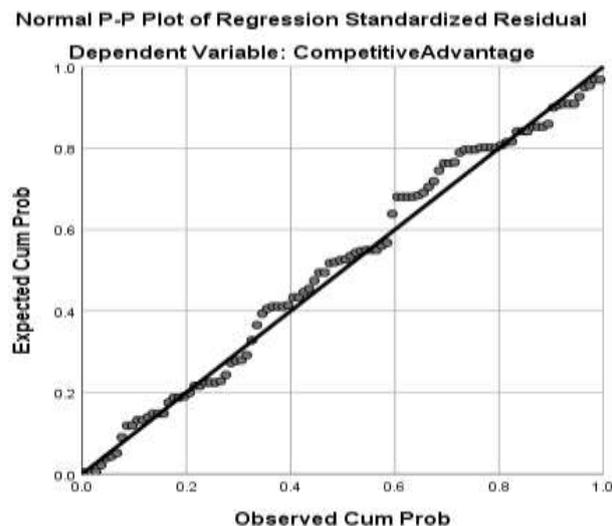
variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak.” Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal P Plot.

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram



Gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Uji Normal P-P Plot



garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>		
<i>Test</i>	<i>Kriteria</i>	<i>Kesimpulan</i>
0.096	> 0.05	Distribusi Normal

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.9 menunjukkan nilai signifikan $0,096 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Menurut Sujarweni (2019), “Uji multikolinearitas merupakan suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.” Hasil perhitungan multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.10.berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	<i>Kesimpulan</i>
.755	1.324	Tidak Terjadi Multikolinearitas
.755	1.324	Tidak Terjadi Multikolinearitas

a. Dependent Variable: CompetitiveAdvantage
Note: : Hasil Olah Data, 2024

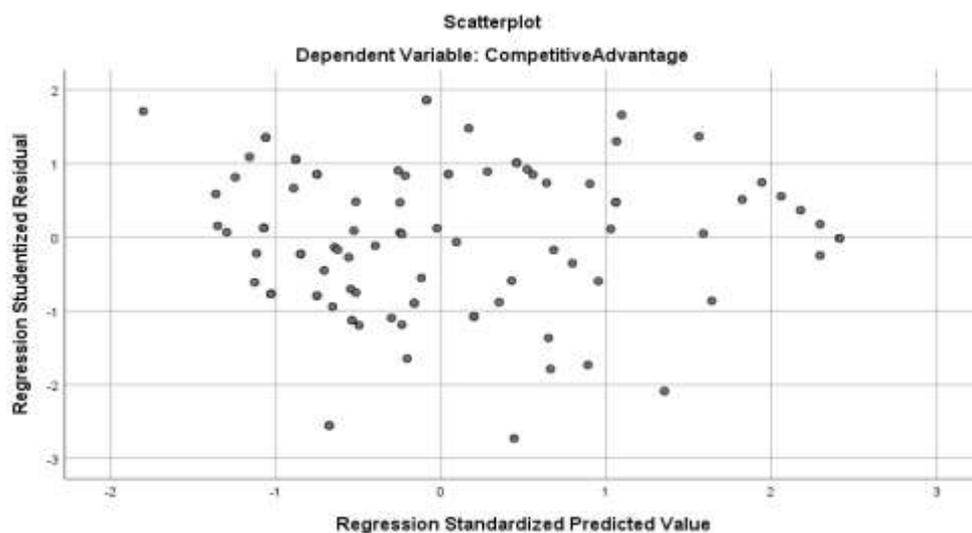
Tabel 4.10 menunjukkan masing-masing variabel bebas sebesar $0.755 >$

0.1, sedangkan nilai VIF variabel bebas sebesar $1.324 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.4.berikut ini:

Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.4 menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linear berganda. Menurut Sujarweni (2019), “Analisis regresi linear

berganda adalah penelitian yang bertujuan melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linear.” Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	:	<i>Competitive Advantage</i>
X ₁	:	Inovasi
X ₂	:	Kreativitas
a	:	Konstanta
β ₁ , β ₂ ,	:	Koefisien regresi variabel bebas
e	:	<i>Term of error</i>

Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 4.11

Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	<i>Std. Error</i>
(Constant)	7.050	.929
Inovasi	.165	.040
Kreativitas	.451	.041

a. Dependent Variable: *Competitive Advantage*

Note : Hasil Olah Data, 2024

$$\textit{Competitive Advantage} = 7.050 + 0.165 \textit{ Inovasi} + 0.451 \textit{ Kreativitas} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 7.050

Apabila Inovasi dan Kreativitas mengalami peningkatan atau konstanta maka *Competitive Advantage* sebesar 7.050 satuan.

2. Koefisien regresi untuk Inovasi sebesar 0.165

Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Inovasi maka

Competitive Advantage sebesar 0.165 satuan dengan anggapan variabel Kreativitas tetap.

3. Koefisien regresi untuk Kreativitas sebesar 0.451

Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Kreativitas maka *Competitive Advantage* sebesar 0.451 satuan dengan anggapan variabel Inovasi tetap.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dapat digunakan untuk menguji secara parsial secara masing-masing pada variabel. Menurut Sujarweni (2019), “Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel indenpenden atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen.” Dengan ketentuan:

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ Secara parsial Inovasi dan Kreativitas tidak berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.
2. $H_a: \beta_1 = \beta_2 \neq 0$ Secara parsial Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji *t* adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus $df = n - k = 100 - 2 = 98$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.	Kesimpulan
Inovasi	4.120	.000	Hipotesis Diterima
Kreativitas	10.985	.000	Hipotesis Diterima

a. Dependent Variable: Competitive Advantage

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.12 hasil pengujian parsial di atas maka dapat dilihat beberapa hal di bahwa ini diantaranya adalah :

H_1 : Inovasi berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiat Koki

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa variabel Inovasi memiliki koefisien regresi sebesar 0.165 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti bahwa Inovasi memberikan pengaruh positif terhadap *Competitive Advantage* di Akiat Koki. Nilai t_{hitung} (4.120) $>$ t_{tabel} (1.984) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial Inovasi berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiat Koki. Nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa Inovasi signifikan karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0.05$. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive*

Advantage di Akiet Koki. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_1) didukung.

H_2 : Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa variabel Kreativitas memiliki koefisien regresi sebesar 0.451 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti bahwa Kreativitas memberikan pengaruh positif terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki. Nilai t_{hitung} (10.985) > t_{tabel} (1,984) maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki. Nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa Inovasi signifikan karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0.05$. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H_2) didukung.

4.1.8.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dikenal juga dengan uji anova, uji untuk melihat pengaruh variabel secara bersamaan. Menurut Sujarweni (2019), “Uji F adalah Signifikansi model regresi secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.” Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ Secara simultan Inovasi dan Kreativitas tidak berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.

2. $H_a: \beta_1 = \beta_2 \neq 0$ Secara simultan Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

Tabel 4.13

Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

F	Sig.	Kesimpulan
120.762	.000 ^b	Hipotesis Diterima

a. Dependent Variable: Competitive Advantage

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

Note: : Hasil Olah Data, 2024

H₃: Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki

Berdasarkan pada Tabel 4.15 di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (120.762). Untuk tingkat keyakinan 95% dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 97$ adalah 3.09. Oleh karena itu diperoleh nilai F_{hitung} (120.762) $>$ F_{tabel} (3.09) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga (H_3) didukung.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sujarweni (2019), “Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran terpenting dalam regresi. Koefisien determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen.” Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.16. di bawah ini :

Tabel 4.14

Uji Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
.713	.708

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi
b. Dependent Variable: Competitive Advantage

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.14. bahwa *R Square* adalah sebesar 0.713 berarti Inovasi dan Kreativitas terhadap *Competitive Advantage* di Akiel Koki sebesar 71.3% dan sisanya 28.7% (100-71.3) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, kualitas makanan.

4.1.10 Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Tabel 4.15
Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Model	Variabel Entered Removed	Variabel
Inovasi		Stepwise Criteria:Probability-of-F-to-Enter <=.050, Probability-of-to-remove>=100
Kreativitas		Stepwise Criteria:Probability-of-F-to-Enter <=.050, Probability-of-to-remove>=100

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.16
Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Model	<i>Pearson Correlation</i>	Kesimpulan
Inovasi	0.598	Sedang
Kreativitas	0.814	Sangat Tinggi

Note: : Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil tersebut, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi inovasi dan kreativitas terhadap *competitive advantage*. rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah serbagai berikut:

Kontribusi Variabel X = *Coefficient Standardized* x Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari inovasi dan kreativitas terhadap *competitive advantage*.

$$\text{Kontribusi inovasi} = 0.258 \times 0.598 = 0.1543$$

$$\text{Kontribusi kreativitas} = 0.687 \times 0.814 = 0.5592$$

$$\text{Kontribusi secara simultan} = 0.1543 + 0.5593 = 0.713$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan bebarapa hal

dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi inovasi terhadap *competitive advantage* adalah sebesar 0.1543, ini artinya secara parsial inovasi mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap *competitive advantage* sebesar 15.43%.
2. Besarnya kontribusi kreativitas terhadap *competitive advantage* adalah sebesar 0.5592, ini artinya secara parsial kreativitas mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap *competitive advantage* sebesar 55.92%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap *competitive advantage* adalah sebesar 0.713, ini artinya secara simultan inovasi dan kreativitas mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap *competitive advantage* sebesar 71.3%. Hasil ini selaras dengan nilai *R Square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini, peneliti akan membahas mengenai pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap *Competitive Advantage* di Akiety Koki.

4.2.1 Pengaruh Inovasi terhadap *Competitive Advantage*

Pada variabel Inovasi (X_1) dapat disimpulkan bahwa Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiety Koki. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peran inovasi dalam meningkatkan *competitive advantage*. Inovasi proses berarti bahwa suatu kegiatan inovasi berfokus pada

perubahan metode produksi atau distribusi yang lebih baik dari sebelumnya. Inovasi organisasi berfokus pada perubahan sistem organisasi untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja. Inovasi pemasaran berarti strategi pemasaran baru yang diterapkan ditujukan untuk meningkatkan angka penjualan perusahaan. Terakhir adalah inovasi produk, yang berfokus pada penciptaan produk baru atau layanan baru yang lebih berkualitas dan diminati oleh konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakti, dkk (2018), berjudul Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan yang memperoleh hasil bahwa terdapat secara parsial Inovasi berpengaruh signifikan terhadap *Competitive Advantage*.

4.2.2 Pengaruh Kreativitas terhadap *Competitive Advantage*

Pada variabel Kreativitas (X_2) dapat disimpulkan bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiety Koki. Kreativitas merupakan sebuah faktor yang sangat penting dalam sebuah usaha atau dunia bisnis karena kreativitas berfungsi untuk memajukan usaha atau dengan kata lain untuk perkembangan dan kesuksesan sebuah usaha. Kreativitas sebuah sumber daya yang penting dari kekuatan kompetitif untuk semua usaha yang berhubungan dengan pertumbuhan dan perubahan sehingga mempunyai daya saing yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dahlia, dkk (2022) dengan judul penelitian *The Influence of Product Creativity On Competitive Advantage* yang memperoleh hasil bahwa secara parsial Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap *Competitive*

Advantage.

4.2.3 Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap *Competitive Advantage*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F diperoleh hasil bahwa Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki. *R Square* adalah sebesar 0.713 berarti Inovasi dan Kreativitas terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki sebesar 71.3% dan sisanya 28.7% (100-71.3) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, kualitas makanan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono (2022) yang berjudul *The Impact Of Leadership, Creativity, And Innovation On Competitive Advantage: Proposing A Comprehensive Framework For A Better Indonesia* memperoleh hasil bahwa terdapat Inovasi dan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kreativitas merupakan suatu tuntutan pendidikan dan kehidupan yang sangat penting pada saat ini. Kreativitas akan menghasilkan berbagai inovasi dan perkembangan baru dalam suatu kehidupan. Individu dan organisasi yang kreatif akan selalu dibutuhkan oleh lingkungannya karena mereka dapat mampu memenuhi kebutuhan lingkungan yang terus berubah dan mampu untuk bertahan dalam kompetisi yang dinamis dan ketat saat ini dalam *food and beverages*.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) bahwa diperoleh hasil yang menyatakan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) bahwa diperoleh hasil yang menyatakan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) bahwa diperoleh hasil yang menyatakan Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* di Akiet Koki.

5.2 Saran Akademis

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah:

1. Manambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan Keputusan Pembelian selain dari Inovasi dan Kreativitas, misalnya kualitas makanan,

pelayanan, kepuasan pelanggan dan sebagainya.

2. Perluasan Geografis.

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di Akiet Koki. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian.

3. Pemilihan teknik pengambilan sampel yang lain

Salah satu cara mengetahui gambaran penelitian kuantitatif yang baik atau tidaknya adalah dengan membandingkan hasil sampel penelitian ini dengan sampel penelitian berikutnya. Teknik pengambilan sampel yang dapat menjamin tingkat kesalahan yang kecil tentu akan memberikan hasil penelitian yang lebih obyektif.

4. Dalam hal peningkatan *Competitive Advantage*

Bagi Akiet Koki perlu adanya *competitive advantage* sehingga dapat memajukan usahanya. Hal ini tidak luput dari program inovasi dan kreativitas. Keduanya memiliki peran penting dapat meningkatkan daya saing sehingga pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan.

5.3 Implikasi Manajerial

Adapun saran dalam penelitian ini yakni :

1. Variabel dominan dalam mempengaruhi *Competitive Advantage* di Akiet Koki adalah Kreativitas.

a. Akiet Koki mempertahankan penerimaan kritik dan saran sehingga

agar melakukan tindakan kreatif sesuai dengan perkembangan pasar dan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga Akiet Koki dapat bersaing dengan yang lainnya.

- b. Akiet Koki meningkatkan kreativitas dengan melakukan pengadaptasi ide-ide baru untuk menciptakan produk yang berbeda dengan orang lain, seperti memperbaharui kemasan yang terkesan bersih, menggunakan box makanan untuk makanan yang berkuah dan sebagainya.

2. Akiet Koki mengoptimalkan Inovasi dengan cara:

- a. Akiet Koki dapat mempertahankan berbagai inovasi terhadap bahan makanan yang *fresh* sehingga menghasilkan rasa makanan yang mempunyai rasa yang enak dan konsiten.
- b. Akiet Koki dapat meningkatkan dalam strategi modifikasi rasa makanan sesuai dengan keinginan konsumen, seperti rasa asin, pedas, tingkat kematangan, berkuah atau kering, warna makanan dan sebagainya sehingga dapat mendorong kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.

- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351-358.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Riyanti, B. P. D. 2019. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesi Atma Jaya.
- Sisca., dkk. 2021. *Manajemen Inovasi*. Pekanbaru: Yayasan Kita Menulis.
- Sitorus, A dan Hafni, A. H. 2019. *Gerakan Inovasi mendidik Berkarakter*. Jakarta: Swalova Publishing.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarsono, T. G dan Supardi. 2019. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Malang: Media Nusa Creative.
- Suryati, A., dkk. *Keunggulan Kompetitif Konsep dan Studi Kasus*. Indramayu: CV. Adanu Adab.
- Taneo, Y.S., dkk. 2021. *Inovasi Distruptif: Stratgei untuk Memenangkan Usaha*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, P. I., dkk. 2020. *Teori dan Profil Kewirausahaan Bidang Teknik Sipil*. Makassar: CV. Tohar Media.
- Waruwu, D., dkk. 2022. *Model Keunggulan Bersaing Hybrid Based View: Konsep dan Implementasi pada Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: Indonesia Emas Group.
- Wicaksana, S. A., dkk. 2021. *Tranformasi Digital Perspektif Organisasi, Talenta dan Budaya Digital*. Aceh: DD Publishing.
- Widodo, D. S. 2017. *Membangun Startup Entrepreneur yang Unggul*. Yogyakarta: Media Pustaka.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswi dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul “**Dampak Inovasi dan Kreativitas Terhadap *Competitive Advantage* di Akiyet Koki**”. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (√) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

- No. Responden :
- Nama Konsumen :
- Usia : < 20-30 tahun 31-40 tahun
 > 40 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Jumlah Pembelian : <5kali >5kali
- Pekerjaan : Pelajar Ibu rumah tangga
 Mahasiswa Pegawai Swasta / Negeri

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 RR = Ragu-ragu
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

Inovasi (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Manfaat Baru						
1.	Akiet Koki sering melakukan inovasi menu makanan agar menarik bagi konsumen.					
2.	Seringnya Akiet Koki melakukan inovasi berbagai tambahan <i>topping</i> makanan di Akiet Koki					
Desain yang menarik						
3.	Akiet Koki memodifikasi rasa makanan sesuai dengan keinginan konsumen.					
4.	Akiet Koki memodifikasi ruangan agar kelihatan nyaman.					
Desain manfaat fungsional						
5.	Akiet Koki melakukan inovasi terhadap kemasan produk agar terkesan higienis dan ramah lingkungan.					
6.	Akiet Koki melakukan inovasi terhadap bahan makanan yang <i>fresh</i> .					

Kreativitas (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kelancaran (<i>fluency</i>)						
1.	Akiet Koki mampu mengadaptasi ide-ide baru untuk menciptakan produk yang berbeda dengan orang lain					
2.	Akiet Koki memberikan nilai yang membedakan produk yang saya hasilkan berbeda dengan orang lain					
Keluwesanan (<i>flexibility</i>)						
3.	Akiet Koki mampu menemukan ide – ide baru untuk mengembangkan usaha					
4.	Akiet Koki dapat beradaptasi dengan perubahan permintaan pembeli sehingga dapat memuaskan konsumen.					
Keaslian (<i>originality</i>)						
5.	Akiet Koki melakukan cara-cara baru untuk mengembangkan peluang usaha.					
6.	Akiet Koki menerima kritik dan saran sehingga agar melakukan tindakan kreatif sesuai dengan perkembangan pasar.					
Elaborasi (<i>elaboration</i>)						
7.	Penyajian makanan di Akiet Koki yang diterapkan dapat meningkatkan nilai seni dan estetika.					
8.	Makanan di Akiet Koki memiliki tekstur yang sesuai dengan keinginan konsumen.					

Competitive Advantage (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Pertumbuhan						
1.	Akiet koki rutin melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan pasar.					
2.	Akiet koki melakukan kreativitas menu yang beraneka ragam agar dapat bersaing.					
Realisasi produk pada layanan						
3.	Penyajian makanan yang tidak lama					
4.	Layanan yang diberikan sesuai dengan permintaan konsumen.					
Kekuatan daya tawar						
5.	Akiet koki menawarkan harga yang bersaing					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
6.	Akiat Koki memberikan menu-menu yang lengkap.					

LAMPIRAN 2
TABULASI RESPONDEN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No.	Inovasi						X1
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	2	1	3	2	2	4	14
5	3	2	5	4	2	1	17
6	2	2	1	3	1	1	10
7	1	1	1	2	3	1	9
8	2	2	1	3	4	1	13
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	1	2	1	19
13	5	5	5	1	1	4	21
14	1	3	1	1	2	4	12
15	1	1	1	1	2	3	9
16	3	3	4	2	1	3	16
17	2	2	2	3	4	4	17
18	3	3	3	3	1	2	15
19	2	2	2	2	3	4	15
20	2	3	2	2	1	2	12
21	1	1	5	3	1	2	13
22	3	3	1	1	1	1	10
23	2	4	2	2	1	2	13
24	5	5	5	5	5	5	30
25	3	2	1	2	3	1	12
26	2	2	1	1	1	1	8
27	4	2	1	1	1	1	10
28	2	1	1	1	1	1	7
29	4	3	3	3	3	3	19
30	5	5	5	5	5	2	27
Total	95	93	91	84	81	84	528

No.	Kreativitas								
	1	2	3	4	5	6	7	8	X2
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	2	3	4	2	1	5	4	26
5	5	2	2	2	1	2	5	1	20
6	5	5	2	2	3	3	3	1	24
7	4	5	1	1	3	3	5	2	24
8	4	5	3	3	1	1	5	3	25
9	4	2	2	4	2	2	5	5	26
10	4	3	2	1	2	1	3	5	21
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	3	2	2	2	1	2	2	19
13	4	4	4	2	2	3	2	4	25
14	4	4	2	1	2	3	3	4	23
15	3	2	2	2	2	2	2	2	17
16	3	5	2	2	2	2	3	5	24
17	4	2	1	1	2	2	3	2	17
18	4	5	5	4	3	3	3	1	28
19	4	3	4	1	2	3	2	3	22
20	2	4	1	3	2	3	2	1	18
21	4	2	1	1	1	1	2	1	13
22	4	2	1	1	1	1	3	3	16
23	2	1	1	1	2	1	2	3	13
24	5	1	1	3	1	1	4	5	21
25	4	3	1	1	1	1	4	1	16
26	3	3	3	3	4	4	4	1	25
27	1	2	2	2	2	3	4	1	17
28	3	3	1	1	1	1	1	1	12
29	3	1	1	1	1	1	1	2	11
30	2	2	1	1	1	1	1	2	11
Total	115	96	71	70	68	70	99	85	674

No.	Competitive Advantage						
	1	2	3	4	5	6	Y
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	2	1	3	2	3	15
4	3	2	3	4	2	1	15
5	2	2	2	2	1	2	11
6	1	1	2	2	3	3	12
7	1	2	1	1	5	3	13
8	1	3	3	3	1	1	12
9	1	2	2	4	2	2	13
10	5	5	5	5	5	5	30
11	1	1	3	2	1	2	10
12	1	1	2	2	1	1	8
13	4	4	4	2	1	1	16
14	4	4	2	1	1	1	13
15	3	2	2	2	1	1	11
16	3	5	2	2	1	1	14
17	4	2	1	1	1	2	11
18	4	5	5	4	3	3	24
19	4	3	4	1	2	3	17
20	2	1	1	3	2	3	12
21	4	2	1	1	1	1	10
22	4	2	1	1	1	1	10
23	2	1	1	1	2	1	8
24	5	1	1	3	1	1	12
25	4	3	5	5	5	5	27
26	3	3	3	3	4	4	20
27	1	2	2	2	2	3	12
28	3	3	1	1	1	1	10
29	5	5	3	4	1	1	19
30	5	5	1	1	4	4	20
Total	94	84	74	76	67	70	465

LAMPIRAN 3
OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL INOVASI

		Correlations						
		Pernyataan 1.1	Pernyataan 1.2	Pernyataan 1.3	Pernyataan 1.4	Pernyataan 1.5	Pernyataan 1.6	X1
Pernyataan 1.1	Pearson Correlation	1	.868**	.737**	.599**	.583**	.477**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.2	Pearson Correlation	.868**	1	.712**	.582**	.564**	.573**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.3	Pearson Correlation	.737**	.712**	1	.693**	.501**	.570**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.4	Pearson Correlation	.599**	.582**	.693**	1	.825**	.580**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.5	Pearson Correlation	.583**	.564**	.501**	.825**	1	.652**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.005	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.6	Pearson Correlation	.477**	.573**	.570**	.580**	.652**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.001	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.848**	.855**	.847**	.857**	.824**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	6

LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL KREATIVITAS

		Correlations								
		Pernyataan 2.1	Pernyataan 2.2	Pernyataan 2.3	Pernyataan 2.4	Pernyataan 2.5	Pernyataan 2.6	Pernyataan 2.7	Pernyataan 2.8	X2
Pernyataan 2.1	Pearson Correlation	1	.335	.449*	.432*	.347	.242	.513**	.415*	.594**
	Sig. (2-tailed)		.071	.013	.017	.060	.197	.004	.023	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.2	Pearson Correlation	.335	1	.621**	.469**	.635**	.658**	.368*	.224	.710**
	Sig. (2-tailed)	.071		<.001	.009	<.001	<.001	.045	.234	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.3	Pearson Correlation	.449*	.621**	1	.766**	.769**	.759**	.448*	.445*	.870**
	Sig. (2-tailed)	.013	<.001		<.001	<.001	<.001	.013	.014	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.4	Pearson Correlation	.432*	.469**	.766**	1	.733**	.659**	.650**	.491**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.017	.009	<.001		<.001	<.001	<.001	.007	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.5	Pearson Correlation	.347	.635**	.769**	.733**	1	.909**	.502**	.395*	.873**
	Sig. (2-tailed)	.060	<.001	<.001	<.001		<.001	.005	.031	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.6	Pearson Correlation	.242	.658**	.759**	.659**	.909**	1	.460*	.294	.822**
	Sig. (2-tailed)	.197	<.001	<.001	<.001	<.001		.010	.128	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.7	Pearson Correlation	.513**	.368*	.448*	.650**	.502**	.460*	1	.405*	.713**
	Sig. (2-tailed)	.004	.045	.013	<.001	.005	.010		.027	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 2.8	Pearson Correlation	.415*	.224	.445*	.481**	.395*	.284	.405*	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.023	.234	.014	.007	.031	.128	.027		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.594**	.710**	.870**	.860**	.873**	.822**	.713**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	6

LAMPIRAN 5
OUTPUT SPSS VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL
COMPETITIVE ADVANTAGE

		Correlations						
		Pernyataan 3.1	Pernyataan 3.2	Pernyataan 3.3	Pernyataan 3.4	Pernyataan 3.5	Pernyataan 3.6	Y
Pernyataan 3.1	Pearson Correlation	1	.630**	.322	.279	.230	.269	.606**
	Sig. (2- tailed)		.000	.082	.135	.221	.151	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.2	Pearson Correlation	.630**	1	.592**	.386*	.391*	.373*	.748**
	Sig. (2- tailed)	.000		.001	.035	.033	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.3	Pearson Correlation	.322	.592**	1	.716**	.509**	.546**	.813**
	Sig. (2- tailed)	.082	.001		.000	.004	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.4	Pearson Correlation	.279	.386*	.716**	1	.519**	.536**	.756**
	Sig. (2- tailed)	.135	.035	.000		.003	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.5	Pearson Correlation	.230	.391*	.509**	.519**	1	.902**	.789**
	Sig. (2- tailed)	.221	.033	.004	.003		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.6	Pearson Correlation	.269	.373*	.546**	.536**	.902**	1	.804**
	Sig. (2- tailed)	.151	.043	.002	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.606**	.748**	.813**	.756**	.789**	.804**	1
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	6

LAMPIRAN 6
TABULASI RESPONDEN SAMPEL PENELITIAN

No	Inovasi						X1
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	3	23
3	5	5	5	5	5	5	30
4	3	2	2	2	2	2	13
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	4	4	4	4	5	26
12	2	2	2	2	2	4	14
13	5	4	5	5	4	4	27
14	3	5	5	4	3	2	22
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	4	4	4	4	4	25
18	4	3	4	3	5	5	24
19	2	1	5	3	2	3	16
20	5	5	5	5	4	4	28
21	4	5	4	3	1	1	18
22	5	5	5	5	4	4	28
23	5	1	1	3	3	4	17
24	4	3	1	1	3	5	17
25	1	1	3	3	1	1	10
26	1	2	1	1	3	1	9
27	3	3	1	1	1	5	14
28	2	2	2	2	2	1	11
29	2	3	3	2	1	2	13
30	3	3	2	2	3	2	15
31	4	2	3	3	2	5	19
32	1	2	1	1	2	1	8
33	2	2	2	2	1	2	11
34	1	1	2	2	3	3	12
35	1	2	1	1	3	3	11

No	Inovasi						
	1	2	3	4	5	6	X1
36	1	3	3	3	1	1	12
37	3	2	2	4	2	2	15
38	3	1	1	1	1	1	8
39	1	1	1	2	4	2	11
40	1	1	1	1	1	1	6
41	1	1	2	1	2	1	8
42	1	1	1	2	2	2	9
43	1	1	2	2	4	1	11
44	2	2	2	2	1	1	10
45	1	1	1	1	1	3	8
46	3	2	2	2	1	4	14
47	3	5	2	2	1	2	15
48	1	2	2	1	1	2	9
49	1	1	1	2	1	2	8
50	1	1	1	1	1	1	6
51	2	1	1	1	1	2	8
52	1	3	2	2	3	4	15
53	2	1	1	1	2	2	9
54	1	1	1	1	2	2	8
55	2	2	2	2	4	2	14
56	3	3	3	3	1	1	14
57	3	2	2	4	2	2	15
58	5	1	2	4	2	1	15
59	1	1	3	2	4	2	13
60	1	1	2	2	1	1	8
61	1	1	2	2	1	2	9
62	4	3	2	1	1	3	14
63	3	2	2	2	1	2	12
64	3	5	2	2	1	2	15
65	2	1	1	2	1	2	9
66	1	3	2	2	3	2	13
67	1	2	1	1	2	1	8
68	1	1	1	1	1	1	6
69	2	2	2	2	1	2	11
70	2	1	1	5	2	2	13
71	1	1	1	3	1	5	12
72	2	3	1	2	3	4	15

No	Inovasi						
	1	2	3	4	5	6	X1
73	1	2	3	2	3	2	13
74	1	3	2	3	4	1	14
75	2	2	2	2	2	4	14
76	5	4	5	5	4	4	27
77	4	3	2	1	1	3	14
78	3	2	2	2	1	2	12
79	3	5	2	2	1	2	15
80	2	1	1	2	1	2	9
81	1	3	2	2	3	2	13
82	1	2	1	1	2	1	8
83	1	1	1	1	1	1	6
84	2	2	2	2	1	2	11
85	2	1	1	5	2	2	13
86	1	1	1	3	1	5	12
87	2	3	1	2	3	4	15
88	1	1	1	1	1	1	6
89	2	2	2	2	1	2	11
90	2	1	1	5	2	2	13
91	1	1	1	3	1	5	12
92	2	3	1	2	3	4	15
93	1	2	3	2	3	2	13
94	1	3	2	3	4	1	14
95	2	2	2	2	2	4	14
96	5	4	5	5	4	4	27
97	4	3	2	1	1	3	14
98	3	2	2	2	1	2	12
99	3	5	2	2	1	2	15
100	2	1	1	2	1	2	9
Total	255	252	236	259	236	270	1.508

No	Kreativitas								X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	4	4	4	5	4	36
3	5	5	5	5	5	5	3	5	38
4	5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	5	39
6	5	4	4	4	4	5	5	5	36
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	4	5	39
9	5	5	4	3	4	4	2	4	31
10	5	5	5	5	5	5	2	5	37
11	1	1	4	5	5	5	4	5	30
12	1	3	1	4	3	3	3	3	21
13	2	2	2	4	4	4	2	3	23
14	3	1	2	5	5	5	4	5	30
15	3	3	4	5	5	5	5	5	35
16	4	4	4	5	5	5	1	5	33
17	3	3	3	4	5	5	1	5	29
18	3	4	3	5	5	5	1	5	31
19	2	2	3	3	3	3	1	3	20
20	4	4	2	4	4	4	1	4	27
21	4	3	4	5	5	5	2	4	32
22	3	4	2	3	3	3	3	3	24
23	2	4	3	5	5	5	2	3	29
24	4	4	3	5	5	5	2	5	33
25	2	2	2	4	4	4	3	4	25
26	2	2	4	5	5	5	1	3	27
27	4	3	2	4	5	5	1	5	29
28	2	1	3	4	4	4	1	2	21
29	1	2	2	3	5	5	1	2	21
30	2	1	2	4	4	4	2	4	23
31	4	2	2	3	3	3	1	3	21
32	1	1	1	3	3	3	2	3	17
33	2	2	1	2	2	2	3	1	15
34	3	3	3	4	4	4	1	2	24
35	1	4	3	3	2	2	1	1	17
36	3	3	3	3	4	4	1	3	24

No	Kreativitas								X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	
37	2	2	2	3	3	3	1	3	19
38	3	4	4	4	4	4	1	5	29
39	4	4	3	5	5	5	1	5	32
40	1	2	2	3	1	1	2	1	13
41	2	1	2	4	4	4	1	2	20
42	1	1	1	5	5	5	2	5	25
43	1	1	3	5	4	4	2	2	22
44	2	1	4	3	2	2	2	1	17
45	2	1	1	2	5	5	1	1	18
46	2	2	4	3	2	2	2	4	21
47	1	2	2	2	2	2	1	2	14
48	1	1	4	1	5	5	1	5	23
49	2	2	1	1	1	1	3	5	16
50	3	3	3	2	2	2	3	5	23
51	1	4	3	2	2	2	3	5	22
52	3	3	3	2	3	3	3	3	23
53	2	2	2	5	5	5	2	5	28
54	3	4	4	5	5	5	2	5	33
55	4	4	3	3	5	5	2	5	31
56	1	3	2	2	2	2	5	5	22
57	2	2	2	1	5	5	2	5	24
58	1	2	3	4	5	5	3	5	28
59	1	1	4	4	4	4	3	3	24
60	4	4	2	5	5	5	2	5	32
61	4	3	4	5	5	5	2	5	33
62	3	4	2	4	1	1	2	2	19
63	2	4	3	4	5	5	2	5	30
64	4	4	3	5	5	5	3	5	34
65	2	2	1	4	4	4	1	2	20
66	3	3	3	5	3	3	3	2	25
67	1	4	3	2	2	2	4	5	23
68	3	3	3	2	5	5	4	5	30
69	2	2	2	1	1	1	5	5	19
70	2	2	2	1	1	1	3	5	17
71	1	3	2	1	2	2	1	5	17
72	2	2	2	1	2	2	2	3	16
73	1	2	3	1	5	5	2	1	20

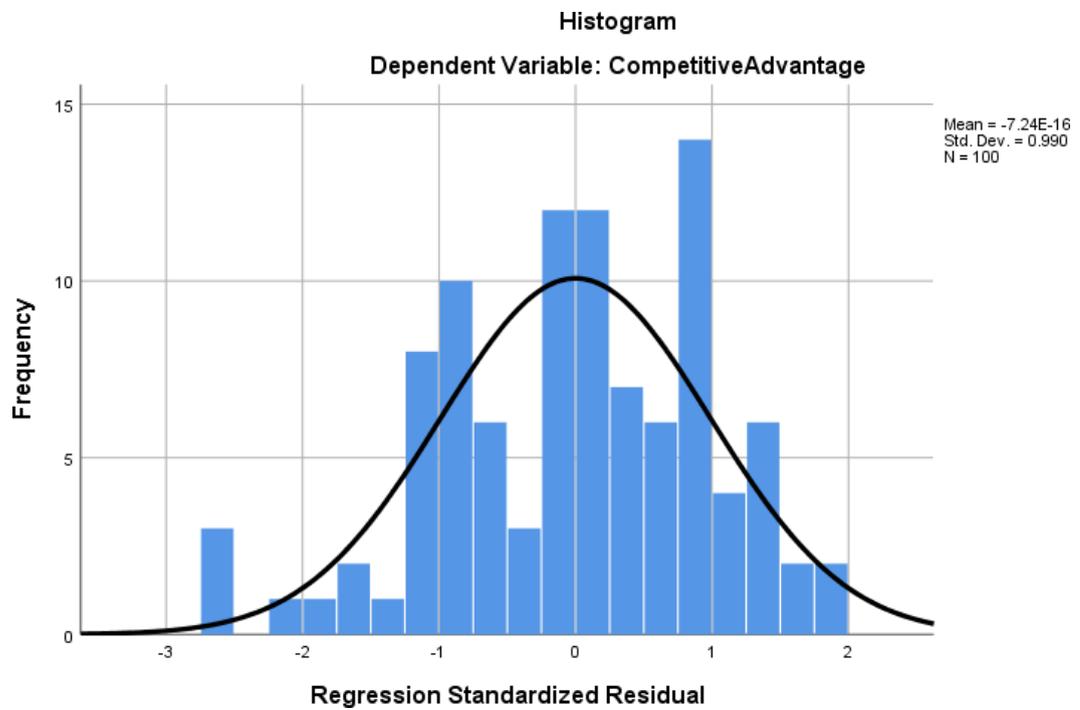
No	Kreativitas								X2
	1	2	3	4	5	6	7	8	
74	1	1	4	5	2	2	2	2	19
75	1	3	1	4	5	5	3	2	24
76	2	2	2	2	5	5	2	1	21
77	3	4	2	4	1	1	2	2	19
78	2	4	3	4	5	5	2	5	30
79	4	4	3	5	5	5	3	5	34
80	2	2	1	4	4	4	1	2	20
81	3	3	3	5	3	3	3	2	25
82	1	4	3	2	2	2	4	5	23
83	3	3	3	2	5	5	4	5	30
84	2	2	2	1	1	1	5	5	19
85	2	2	2	1	1	1	3	5	17
86	1	3	2	1	2	2	1	5	17
87	2	2	2	1	2	2	2	3	16
88	3	3	3	2	5	5	4	5	30
89	2	2	2	1	1	1	5	5	19
90	2	2	2	1	1	1	3	5	17
91	1	3	2	1	2	2	1	5	17
92	2	2	2	1	2	2	2	3	16
93	1	2	3	1	5	5	2	1	20
94	1	1	4	5	2	2	2	2	19
95	1	3	1	4	5	5	3	2	24
96	2	2	2	2	5	5	2	1	21
97	3	4	2	4	1	1	2	2	19
98	2	4	3	4	5	5	2	5	30
99	4	4	3	5	5	5	3	5	34
100	2	2	1	4	4	4	1	2	20
Total	250	284	276	338	367	368	242	373	2.498

No	<i>Competitive Advantage</i>						
	1	2	3	4	5	6	Y
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	4	4	4	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	5	5	5	5	5	29
9	5	4	3	3	3	3	21
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	5	5	5	5	5	28
12	1	3	4	4	4	4	20
13	4	3	4	5	4	4	24
14	4	5	2	2	2	5	20
15	4	5	5	5	5	5	29
16	2	5	5	5	5	5	27
17	2	5	5	5	5	4	26
18	4	5	5	5	5	5	29
19	2	3	3	3	3	3	17
20	1	4	5	5	4	4	23
21	2	4	4	4	4	5	23
22	2	3	2	3	3	3	16
23	2	3	5	5	5	5	25
24	1	5	4	5	5	5	25
25	2	4	4	4	4	4	22
26	1	3	2	5	5	5	21
27	3	5	3	3	3	4	21
28	2	2	3	3	4	4	18
29	2	2	3	3	5	3	18
30	4	4	1	2	2	4	17
31	2	3	3	3	3	3	17
32	3	3	3	3	3	3	18
33	4	1	3	3	3	2	16
34	3	2	4	4	4	4	21
35	5	1	2	2	3	3	16
36	3	3	4	4	3	3	20

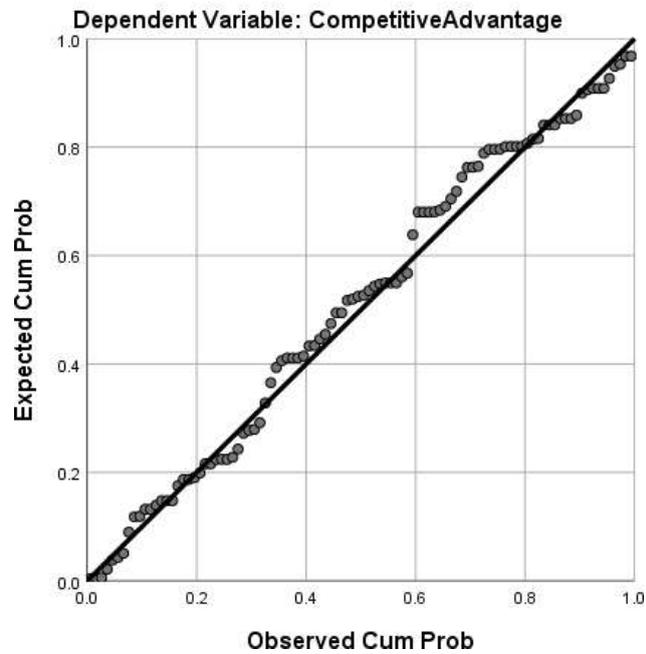
No	<i>Competitive Advantage</i>						
	1	2	3	4	5	6	Y
37	2	3	3	3	3	3	17
38	4	5	4	4	4	4	25
39	2	5	1	2	5	5	20
40	2	1	4	4	4	3	18
41	4	2	1	4	4	4	19
42	5	5	2	1	4	5	22
43	4	2	1	2	5	5	19
44	4	1	5	4	2	3	19
45	3	1	5	2	2	2	15
46	3	4	1	3	3	3	17
47	3	2	5	2	2	2	16
48	2	5	5	2	1	1	16
49	4	5	1	5	1	1	17
50	2	5	5	2	2	2	18
51	3	5	2	2	2	2	16
52	3	3	4	4	4	2	20
53	2	5	2	3	4	5	21
54	4	5	5	3	3	5	25
55	2	5	5	2	2	3	19
56	3	5	5	2	2	2	19
57	2	5	5	5	1	1	19
58	2	5	5	2	2	4	20
59	2	3	2	3	2	4	16
60	1	5	4	5	5	5	25
61	1	5	2	5	5	5	23
62	3	2	5	3	3	4	20
63	1	5	5	5	5	4	25
64	1	5	5	5	5	5	26
65	5	2	2	2	2	4	17
66	5	2	5	5	3	5	25
67	3	5	3	1	2	2	16
68	4	5	2	2	4	2	19
69	2	5	5	5	2	1	20
70	1	5	5	2	1	1	15
71	2	5	5	2	2	1	17
72	2	5	5	5	2	1	20
73	3	1	5	1	1	1	12

No	<i>Competitive Advantage</i>						
	1	2	3	4	5	6	Y
74	3	2	3	1	2	5	16
75	1	5	2	2	4	4	18
76	4	5	5	5	2	2	23
77	3	2	5	3	3	4	20
78	1	5	5	5	5	4	25
79	1	5	5	5	5	5	26
80	5	2	2	2	2	4	17
81	5	2	5	5	3	5	25
82	3	5	3	1	2	2	16
83	4	5	2	2	4	2	19
84	2	5	5	5	2	1	20
85	1	5	5	2	1	1	15
86	2	5	5	2	2	1	17
87	2	5	5	5	2	1	20
88	4	5	2	2	4	2	19
89	2	5	5	5	2	1	20
90	1	5	5	2	1	1	15
91	2	5	5	2	2	1	17
92	2	5	5	5	2	1	20
93	3	1	5	1	1	1	12
94	3	2	3	1	2	5	16
95	1	5	2	2	4	4	18
96	4	5	5	5	2	2	23
97	3	2	5	3	3	4	20
98	1	5	5	5	5	4	25
99	1	5	5	5	5	5	26
100	5	2	2	2	2	4	17
Total	287	393	387	346	328	339	2.080

LAMPIRAN 7 OUTPUT SPSS UJI ASUMSI KLASIK



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

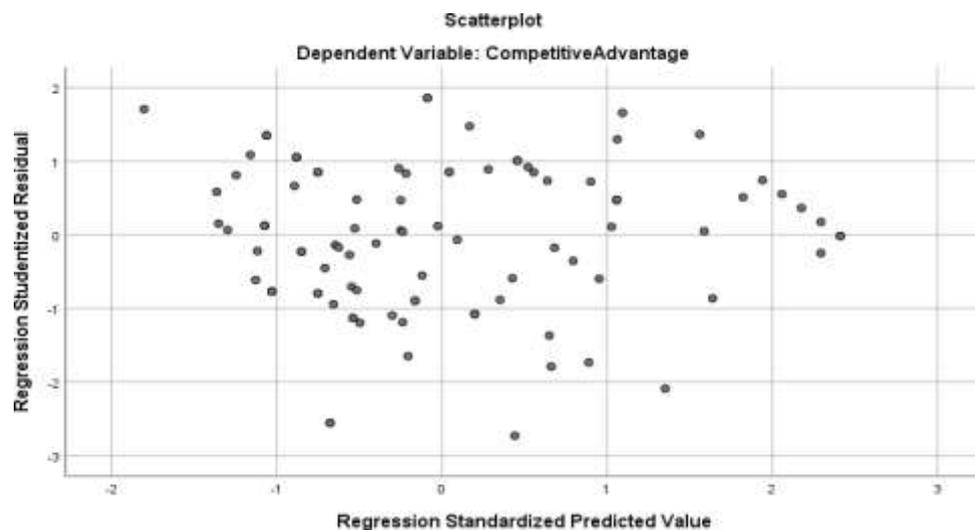
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42632875
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.044
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.050	.929		7.588	.000		
	Inovasi	.165	.040	.258	4.120	.000	.755	1.324
	Kreativitas	.451	.041	.687	10.985	.000	.755	1.324

- a. Dependent Variable: CompetitiveAdvantage



LAMPIRAN 8
OUTPUT SPSS ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.050	.929		7.588	.000
	Inovasi	.165	.040	.258	4.120	.000
	Kreativitas	.451	.041	.687	10.985	.000

a. Dependent Variable: CompetitiveAdvantage

LAMPIRAN 9
OUTPUT SPSS PENGUJIAN HIPOTESIS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.050	.929		7.588	.000
	Inovasi	.165	.040	.258	4.120	.000
	Kreativitas	.451	.041	.687	10.985	.000

a. Dependent Variable: CompetitiveAdvantage

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1451.180	2	725.590	120.762	.000 ^b
	Residual	582.820	97	6.008		
	Total	2034.000	99			

a. Dependent Variable: CompetitiveAdvantage

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

LAMPIRAN 10
OUTPUT SPSS KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.713	.708	2.45121

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

b. Dependent Variable: CompetitiveAdvantage

LAMPIRAN 11
OUTPUT SPSS KOEFISIEN KORELASI

		Correlations		
		Inovasi	Kreativitas	CompetitiveAdvantage
Inovasi	Pearson Correlation	1	.495**	.598**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Kreativitas	Pearson Correlation	.495**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
CompetitiveAdvantage	Pearson Correlation	.598**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 12
TABEL STATISTIK r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

LAMPIRAN 13
TABEL STATISTIK t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 14
TABEL STATISTIK F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 06 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 11 Oktober 2023

Nomor : 651/R/STIE-EP/X/2023

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Kepala Akiet Koki
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Velicia
NIM	: 201010001
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Dampak Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Competitive Advantage Di Akiet Koki

Untuk mengadakan peninjauan ke AKIET KOKI yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

AKIET KOKI
JLN PWS 107
081376611818

Kepada Yth :
Ibu Dr. Sri Rezcki, S.P., M.Si.
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Medan

Perihal : Konfirmasi Observasi

Dengan Hormat,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pemberi Nilai : Betty
Jabatan : Owner Akiet Koki
Alamat : Jl. PWS No. 107

Berdasarkan surat nomor : 651/R/STIE-EP/X/2023 Tanggal 11 Oktober 2023
Perihal Observasi atas mahasiswa/I :

Nama : Velicia
NIM : 201010001
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : Dampak Inovasi dan Kreativitas Terhadap
Competitive Advantage di Akiet Koki.

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/I tersebut di atas dapat kami
terima melaksanakan observasi di tempat kami.

Demikian surat ini kami perbuat dan atas kerjasamanya kami ucapkan
terimakasih.

Medan, 1 November 2023

Owner Akiet Koki



BETTY

STIE EKA PRASETYA

VOUCHER SEMINAR PROPOSAL

NAMA : VElICIA
 NIM : 201010001
 Tanggal : 31 Januari 2024

Diketahui

 Lisa Elianti Nst Akademik

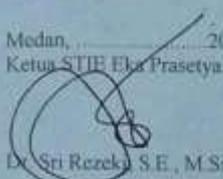
**INGGI ILMU EKONOMI
KA PRASETYA**

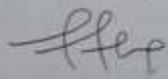
PESERTA SEMINAR PROPOSAL

VELICIA
 201010001
 Manajemen

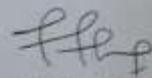
No	SEMESTER	JUDUL SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	30/01-2024	JEREMY TAIAN JUDUL PROPOSAL: Analisis Hubungan Sosial media Influencer & Citra SA terhadap keputusan pembelian di lingkungan perumahan Medan	201010105	
2	30/01-2024	HELEN WINATA JUDUL PROPOSAL: Analisis strategi marketing communication taha Bap wilayah pelanggan PT Citra Harrochs Indragiri Medan	201010025	
3	30/01-2024	WINOLA JUDUL PROPOSAL: Perilaku Pelaku Konsumen & Store Atmosphere terhadap persepsi Incentive pada B. Masng. Supermarket Giant Subrata Medan	201010021	
4	31/01-2024	TERYX GIOZAH JUDUL PROPOSAL: Pengaruh brand image, pengakuan perusahaan dan dukungan teknologi terhadap keputusan pelanggan terhadap pembelian produk merek Kensti di PT O 10 tuesi	201010215	
5	31/01-2024	CINDY ANGELINA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh modal visual dan inovasi produk terhadap keputusan Kelainng Tobo (Kucakwe Sembu)	201010034	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20.....
 Ketua STIE Eka Prasetya

 Dr. Sri Rezeki S.E., M.Si

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 1	
	Nama Mahasiswa : VELICIA		
	NIM : 201010001	Kelas : KEWIRAUSAHAANA	
	Konentrasi : Manajemen Kewirausahaan (1002 yang tidak umum)		
	HP/WA : 085262590835	Email: Veliciach1@gmail.com	
	Alamat Tinggal: Jln Rahmad Syah Gg. Kemala II No.16		
Nama Dosen Pembimbing 1: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si		Nama Dosen Pembimbing 2: Dra. Pesta Gultom, M.M.	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	9/9/2023	Diskusikan masalah, narasial, kopas literatur serta cara pengutipan definisi ahli	
2	23/9/2023	Diskusikan permasalahan.	
3	5/10/2023	ACC Judul	
4	23/11/2023	Latar belakang, Perbaiki sesuai pedoman skripsi, Perbaiki identifikasi masalah	
5			
6	20/12/2023	Identifikasi masalah, mengumpulkan kutipan dari Dis 1-3	
7	16/1/2024	Revisi bab 1, Revisi bab 2 untuk ditambahkan kutipan	
8	23/1/2024	Revisi tabel sesuai pedoman	
9	31/1/2024	ACC Semprot	
10	27/3/2024	ACC kula kor & indikator	
11	26/4/2024	Revisi bab 4 & 5	
12	2/5/2024	Revisi bab 5	
13	7/5/2024	ACC Sidang	
14			
15			
16			
17			
REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	21/5/2024	TTD (untuk persetujuan skripsi)	
2			
3			
4			
Diketahui oleh, Wakil Ketua 1 Bidang Akademik  Hammy Dorthy Elyany Soaga, S.T., M.M.			

1 kartu untuk 1 pembimbing

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 2	
	Nama Mahasiswa : VELICIA		
	NIM : 201010001	Kelas : KEMPAUSAHAAN A	
	Konsentrasi : Manajemen Kewirausahaan (orang yang tidak sesuai)		
	HP/WA : 0852 6294 0835	Email: veliciada@gmail.com	
	Alamat Tinggal: Jln. Pahladityah Gg. Kemala II No. 16		
Nama Dosen Pembimbing 1: Dr. Sri Rezeki, SE., M.S.		Nama Dosen Pembimbing 2: Dra. Prita Gutami, H.M.	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	07-11-2023	latih belahang supaya di kembangkan dan dipelajari secara	
2		keang. permasalahan. Bagaimana sumber? baik ke	
3		baik maupun penulis di jurnal	
4	19-11-2023	latih belahang spy dipelajari tentang variabel terstruktur	
5	22-11-2023	latih belahang dipelajari sumber & P. utk kreatifitas	
6	02-12-2023	Bab 2 not, lanjut bab 2	
7	6-12-2023	Perbaikan kerangka konseptual bab 2, tentang program plan bab 2	
8	9-12-2023	Audien? Rapor? Lincubing area	
9	19-12-2023	Bab 3 AEE (sudah bisa lanjut ke bab 4)	
10	02-01-2024	Revisi Analisis Kuantitatif historis yg relevan	
11		Per masalah	
12	10-01-2024	Carit Indikator X	
13	21-01-2024	ACC Kuantitatif	
14	18-02-2024	Revisi bab IV	
15	19-02-2024	SPSS & Bab V (Revisi)	
16	26-02-2024	Revisi bab IV & V	
17	20-03-2024	ACC sidang	
REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3	3/06-2024	Perbaiki yang sudah kan saya tanda	
4	10/06-2024	TID kelas perbandingan skripsi	
Diketahui oleh, Wakil Ketua 1 Bidang Akademik			
			
Hammy Dearth Elhyany Sinaga, S.T., M.M			

1 kartu untuk 1 pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**DATA PRIBADI**

Nama : Velicia
 Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 25 Maret 2003
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jln Rahmadsyah Gg Kemala II No 16
 Alamat Email : veliciaoh1@gmail.com
 Agama : Buddha
 Status : Mahasiswa
 Handphone (HP) : 085262590835

RIWAYAT PENDIDIKAN

- 2008 – 2014 : SD SWASTA HANGKESTURI
- 2014 – 2017 : SMP SWASTA HANGKESTURI
- 2017 – 2020 : SMA SWASTA HANGKESTURI
- 2020 – SEKARANG : STIE EKA PRASETYA

RIWAYAT PEKERJAAN

- MARET 2020 – AGUSTUS 2021 : ADMIN KASIR & GUDANG – YURICH
- AGUSTUS 2021 – SEKARANG : ADMIN UMUM (KEBUN) – PT. SEPAKATCITRA INTIPERKASA

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Alm. Oh Guan Kiat
 Pekerjaan : -
 Handphone (HP) : -
 Alamat : -

 Nama Ibu : -
 Pekerjaan : -
 Handphone (HP) : -
 Alamat : -

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 29 Juni 2024

Penulis,



Velicia
 201010001

