

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM KUWEI
INDONESIA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
VIONA ADELIN
191010074**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

Judul : **PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
UMKM KUWEI INDONESIA**

Nama : **Viona Adelin**

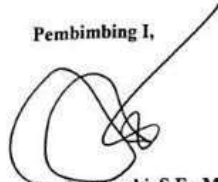
NIM : **191010074**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE EkaPrasetya**

Medan, 26 Mei 2023
Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

Pembimbing II,



Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.
NIDN: 0124028902

Diterima dan dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : **PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
UMKM KUWEI INDONESIA**

Nama : Viona Adelin


NIM : 191010074

Program Studi : Manajemen

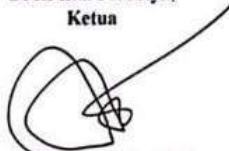
Perguruan Tinggi : STIE EkaPrasetya

Pada 26 Mei 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : Dedy Lazuardi, S.E., M.M. ()
NIDN 0127117801

Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M. ()
NIDN 0115088601

STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, 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	Viona Adelin
NIM	191010074
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia
Pembimbing Tugas Akhir	
Pembimbing I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing II	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

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

Medan, 8 Mei 2023



Viona Adelin

191010074

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM KUWEI INDONESIA”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih 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. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan pada penyusunan proposal skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Elisabeth Nainggolan, S.PD., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan pada penyusunan proposal skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina., S.E., M.M.

6. Kepala Bagian Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pengawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan peneliti. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 8 Mei 2023
Peneliti

Viona adelin
191010074

ABSTRAK

Viona Adelin, 191010074, 2023, Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen Kewirausahaan, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing secara parsial dan secara simultan pada UMKM Kuwei Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan sumber data merupakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen yang melakukan pembelian di Kuwei Indonesia, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti, sehingga untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Hair, maka diperoleh jumlah sampel nya sebanyak 140 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keunggulan Bersaing = -1,608 + 0,375 Inovasi + 0,200 Kreativitas + e**. peneliti juga menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Inovasi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $7,373 > 1,977$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$, Kreativitas memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $5,516 > 1,977$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa Inovasi, Kreativitas dan Keunggulan Bersaing memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $143,755 > 3,06$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,677 atau 67,7% yang berarti variabel Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi dan kreativitas. Sedangkan, sisanya sebesar 32,3% variabel Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Motivasi Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan dan Kemampuan Berwirausaha.

Kata kunci : Inovasi, Kreativitas, dan Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

Viona Adelin, 191010074, 2023, The Influence of Innovation and Creativity on Competitive Advantage in UMKM Kuwei Indonesia, STIE Eka Prasetya, Entrepreneurship Management Study Program, Advisor I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Sc., Supervisor II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine the effect of Innovation and Creativity on Competitive Advantage partially and simultaneously in UMKM Kuwei Indonesia. This study uses quantitative data types and data sources are primary data and secondary data. Primary data was obtained from distributing questionnaires to consumers who made purchases at Kuwei Indonesia, secondary data was obtained from data and literature relating to the issues discussed. The population in this study is not known with certainty, so to determine the number of samples, researchers used the Hair formula, so the sample size was 140 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation Competitive Advantage = $-1.608 + 0.375 \text{ Innovation} + 0.200 \text{ Creativity} + e$. researchers also used a significance level of 5%. The results of the study partially show that Innovation has a $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ with a value of $7.373 > 1.977$ with a significance value < 0.05 , that is, with a value of $0.000 < 0.05$, Creativity has a $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ with a value of $5.516 > 1.977$ with a significance value < 0.05 , namely with a value of $0.000 < 0.05$. The results of the study simultaneously show that Innovation, Creativity and Competitive Advantage have a value of $F_{\text{count}} > F_{\text{table}}$ with a value of $143.755 > 3.06$ and a significance value of < 0.05 , that is, with a value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R Square) is 0.677 or 67.7% which means that the Competitive Advantage variable can be explained by the Innovation and creativity variables. Meanwhile, the remaining 32.3% of the Competitive Advantage variable can be explained by other variables not examined in this study, such as Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Ability.

Keywords: Innovation, Creativity, and Competitive Advantage.

MOTTO

“Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa.”

"Selalu menjadi lebih baik dari yang diperlukan."

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Tuhan Yang Maha Esa yang selalu setia melindungi diriku. Terima Kasih banyak.

Keluarga tercinta yang telah memberi semangat kapanpun dan dimanapun aku berada..

Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji yang bersedia meluangkan waktu yang sangat amat berharga demi membantu membimbing skripsi ini..

Sahabat dan Teman – Teman ku yang telah mengorbankan waktu untuk berpetualang bersama mencari buku serta dosen untuk bimbingan.. Dan juga telah menemani aku ketika aku sedang kesulitan dan down serta memberikan ku semangat yang tiada hentinya.

Terima Kasih

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME	
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	xi
LEMBAR PENGESAHAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	5

1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing	8
2.1.2 Teori Tentang Inovasi	12
2.1.3 Teori Tentang Kreativitas	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3. 1 Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3. 1.1Lokasi Penelitian.....	26
3. 1.2Waktu Penelitian.....	26
3. 2 Jenis dan Sumber Data.....	26
3. 2.1Jenis Data.....	26
3.2.2Sumber Data.....	27
3. 3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi penelitian	27
3.3.2 Sampel	28

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	34
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	34
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.6.5 Pengujian Hipotesis	36
3.6.5.1 Uji T (Uji Secara Parsial).....	36
3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	37
3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2. Visi dan Misi UMKM Kuwei Indonesia.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	40
4.2 Hasil Penelitian	43

4.2.1. Karakteristik Responden	43
4.2.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	45
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.2.4. Teknik Analisis Data.....	57
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.3. Pembahasan.....	63
4.3.1. Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia	63
4.3.2. Pengaruh Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia.....	64
4.3.3 Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia.	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Implikasi Manajerial.....	64
5.3. Saran untuk Akademik	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
SURAT IZIN PENELITIAN	

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan Kuwei Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	44
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Inovasi (X_1)	45
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kreativitas (X_2).....	47
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Keunggulan bersaing (Y).....	48
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Inovasi (X_1).....	50
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X_2)	50
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.13 Hasil Pengujian secara Parsial (Uji t)	60
Tabel 4.14 Hasil Pengujian secara Simultan (Uji F).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kuwei	41
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Histogram	52
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Normal P-P Plot.....	53
Gambar 4. 4 Grafik Scatterplot	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Distribusi Jawaban berdasarkan Usia, Jenis Kelamin dan Status

Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Inovasi (X_1)

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kreativitas (X_2)

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Lampiran 6 : Tabulasi Hasil Angket Responden Inovasi

Lampiran 7 : Tabulasi Hasil Angket Responden Kreativitas

Lampiran 8 : Tabulasi Hasil Angket Responden Keunggulan Bersaing

Lampiran 9 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Lampiran 10 : Hasil Output SPSS Uji Analisis Linear Berganda

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan dan perkembangan teknologi saat ini yang semakin canggih menjadi salah satu pendorong perkembangan dunia industri tidak hanya industri jasa maupun industri manufaktur yang mengalami peningkatan, tetapi industri kreatif dan industri kerajinan menunjukkan perkembangan yang pesat. Pertumbuhan yang sangat pesat mendorong industri kreatif untuk ikut bersaing terhadap produk yang dihasilkannya.

Pada zaman modern saat ini, dunia kewirausahaan bukan lagi hal yang asing untuk didengar. Wirausaha diartikan sebagai suatu kegiatan yang dapat mendatangkan keuntungan dalam hal keuangan. Besarnya permintaan pasar menuntut para pelaku usaha untuk berpikir bagaimana caranya bersaing dengan wirausahawan lainnya agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Dalam dunia bisnis, menambah jumlah pelanggan dan mempertahankan pelanggan dapat menjadi salah satu ukuran keberhasilan usaha. Salah satu kegiatan yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis adalah sikap yang disiplin, fokus, serta kreativitas yang harus dimilikinya. Selain kreativitas, inovasi terhadap produk juga mempunyai peranan yang vital dalam menciptakan peluang dipasar. Dalam penelitian Riany dan Dahmiri (2020) hasil dari penelitian tersebut

menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel X_1 (kreativitas) dan X_2 (inovasi) terhadap keunggulan bersaing (Y) (Riany & Dahmiri, 2020).

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan yang diraih oleh pesaing dipasar dalam usaha yang sama (Aprizal, 2018 : 50). Bagi pelaku bisnis perusahaan yang memiliki keunggulan yang kompetitif harus memberikan inovasi dan kreativitas terhadap produknya secara rutin. Menurut Sudarmanto, dkk (2022: 2) inovasi dapat diartikan sebagai suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Orang yang selalu berinovasi, maka ia dikatakan seorang yang inovatif yang akan terus berupaya melakukan perbaikan, pembaruan, dan menyajikan sesuatu yang baru/unik dengan berbeda dengan yang sudah ada saat ini. Inovasi merupakan hasil dari suatu usaha yang sudah ada sebelumnya maupun belum yang dimana produk lama sudah tidak terlalu digemari oleh orang, sehingga diperlukan inovasi untuk menambah produk tersebut.

Inovasi saat ini diperlukan untuk meningkatkan tingkat penjualan terkait konsumen yang akan membeli produk. Tidak hanya dilihat dari segi proses menciptakan produk ataupun jasa tetapi merupakan proses untuk menciptakan cara baru yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Dalam persaingan yang semakin ketat agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan yang sejenis, berbagai cara yang bisa dilakukan untuk terus berada dipasar dan memenangkan persaingan, dapat melalui kreativitas produk

yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Susilowati (2017 : hal 2), kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas juga merupakan kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antar unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Kreativitas biasanya muncul pada saat diperlukan untuk memecahkan suatu masalah atau ditantang untuk menemukan pemikiran, gagasan, ide dan lainnya. Kreativitas dilihat dari segi pribadi merupakan pemikiran unik yang muncul dari dalam diri individu berupa ide dan gagasan dalam berinteraksi dengan lingkungannya, sehingga memunculkan ide-ide baru yang berbeda.

Di era globalisasi saat ini sebuah inovasi dan kreativitas terhadap produk sangat diperlukan oleh suatu perusahaan yang mempunyai keunggulan dipasar agar dapat menang dalam persaingan. Hal ini jika dibiarkan dalam jangka waktu yang panjang tentu saja akan memberikan dampak yang baik bagi perkembangan UMKM Kuwei Indonesia dalam menciptakan keunggulan bersaing yang dimilikinya. Kuwei Indonesia ini beralamatkan di jalan S.Parman Komplek MBC Blok A No.8, Medan.

Inovasi pada Kuwei Indonesia dinilai dengan varian produk yang telah dijual sejenis dengan UMKM sejenis sehingga Kuwei Indonesia menyajikan produk baru untuk menambah varian yang baru. Varian baru tersebut adalah cin cong fan dan mua chee ori/pandan. Kreativitas dalam Kuwei Indonesia mengalami peningkatan tepatnya pada Tahun 2021 dimana awalnya kemasan Kuwei

Indonesia hanya menggunakan alas kertas sehingga pada pertengahan tahun 2021 Kuwei Indonesia meningkatkan kualitas produk nya agar dapat bersaing dipasar dengan mengubah kemasan menjadi bahan berbentuk kotak sehingga bagi konsumen menjadi sesuatu yang memudahkan konsumen untuk mengkonsumsi Kuwei Indonesia.

Tabel 1 1
Data penjualan Kuwei Indonesia

Tahun	Omset Penjualan
2017	256.723.000
2018	247.653.000
2019	172.578.000
2020	147.250.000
2021	189.750.000
2022	227.700.000

Sumber : Kuwei Indonesia, 2022

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa omset penjualan dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan dikarenakan kemasan yang masih beralaskan kertas dan diawal tahun 2020 tepatnya bulan maret mengalami dampak Pandemi Covid-19 sehingga banyaknya UMKM yang mengalami dampak dari pandemik tersebut termasuk UMKM Kuwei Indonesia dan pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan omset penjualan dikarenakan Kuwei Indonesia mengalami peningkatan terhadap kualitas produk pada kemasan berbentuk kotak.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM KUWEI INDONESIA**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia disebabkan oleh :

1. Inovasi yang dilakukan oleh Kuwei Indonesia ditandai dengan fokus pada produk baru seperti menambahkan varian produk yaitu cing cong fan dan mua chee ori/pandan dengan tujuan agar pelanggan tidak bosan.
2. Kreativitas yang dilakukan Kuwei Indonesia terdapat pada desain kemasan yang berbeda, mudah dibawa dan dikenali sehingga kemasan yang terdapat pada Kuwei Indonesia menjadi ciri khas tersendiri yang membedakanya dengan pesaing.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari permasalahan secara meluas karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Inovasi (X_1) dan Kreativitas (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Kuwei Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh antara Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh antara Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia?
3. Apakah ada pengaruh antara Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

1. Bagi UMKM Kuwei Indonesia
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan Pengaruh Inovasi dan

Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesian.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing

2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Inovasi, kreativitas, teknologi dan pengambilan keputusan merupakan salah satu manajemen strategis bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif dan peluang dipasar. Manajemen strategis bagi pelaku bisnis tidak dapat diabaikan begitu saja karena salah satu penyebab kegagalan bagi pelaku bisnis adalah manajemen strategis yang berjalan kurang baik sehingga sulit untuk mencapai konsumen dan peluang pada pasar. Keunggulan bersaing adalah faktor yang membedakan organisasi dengan yang lainnya yang berasal dari kompetensi inti yang dimiliki organisasi (Frida, 2020). Sedangkan, keunggulan bersaing adalah kemampuan untuk menghasilkan profit diatas rata-rata pesaing dalam industri (Nordiana & rupilu, 2019).

Berbeda dengan pengertian ahli diatas Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam usaha yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam usaha yang sama (Aprizal, 2018). Keunggulan bersaing merupakan nilai tambah dari hasil implementasi strategi yang merupakan salah satu penguat daya tawar perusahaan kepada konsumen (Lestari, 2019).

Dijelaskan lebih terperinci Keunggulan kompetitif adalah keunggulan yang dapat menciptakan nilai – nilai bagi pelanggannya dan sukar ditiru oleh para pesaing (Setyawati, 2021). Perusahaan yang memiliki keunggulan yang kompetitif akan menjadi pemimpin dalam pasarnya serta akan mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan dari beberapa ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan pelaku bisnis dalam menciptakan nilai tambah bagi suatu perusahaan yang menghasilkan suatu produk dan jasa untuk meraih keuntungan dengan kualitas yang baik serta kemampuan dalam memperoleh peluang di pasar.

2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing

Daya saing diperebutkan oleh setiap perusahaan yang mencari keuntungan tidak semata-mata dilakukan dan dikejar. Berikut tiga hal yang harus diperhatikan untuk menciptakan keunggulan bersaing (Badrianto & Dkk, 2021) :

1. Manfaat yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen
Perusahaan harus mengetahui keunggulan produk dan juga memastikan keuntungan yang akan diperoleh konsumen. Perusahaan harus selalu up to date pada tren produk baru yang akan mempengaruhi.
2. Target pasar perusahaan

Perusahaan harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Perusahaan harus dapat membuat hidup mereka lebih baik dengan manfaat yang mereka konsumsi. Cara tersebut yang dapat memunculkan keinginan konsumen untuk terus menggunakan produk tersebut.

3. Identitas pesaing perusahaan

Mengetahui pesaing bukan hanya tentang perusahaan lain atau produk lain yang serupa tetapi juga mengetahui strategi yang mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.1.1.3 Kesenjangan Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing diperoleh dengan mencari aspek-aspek diferensiasi yang akan dinilai sebagai nilai superior oleh konsumen dan yang tidak mudah diduplikasikan oleh pesaingnya. Kesenjangan kapasitas terdiri dari beberapa kategori sebagai berikut (Badrianto & Dkk, 2021) :

1. Kesenjangan sistem bisnis

Hasil dari pembentukan fungsi-fungsi individu yang lebih baik daripada pesaing-pesaingnya dan kesulitan pesaing untuk menghilangkan kesenjangan tersebut.

2. Kesenjangan posisi

Terjadi karena keputusan, tindakan dan keadaan sebelumnya.

3. Kesenjangan hukum / peraturan

Terjadi karena ada perlakuan istimewa dari pemerintah terhadap sebuah perusahaan.

4. **Kesenjangan kualitas organisasional atau manajerial**

Kesenjangan ini merupakan konsekuensi dari kemampuan organisasi terhadap inovasi yang konsisten, dan adaptasi yang lebih cepat serta lebih efektif dibanding pesaing.

2.1.1.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Inovasi sering dikaitkan dengan kemampuan organisasi untuk mempertahankan diri dan mampu bersaing semaksimal mungkin agar perusahaan mendominasi pasar yang dimilikinya. Terdapat tiga tolak ukur yang digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan memiliki keunggulan bersaing atau tidak yaitu (Lestari, 2019) :

1. **Keunikan produk**

Keunikan dari suatu produk perusahaan yang dapat menjadi ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing dipasaran.

2. **Kualitas produk**

Keunggulan dari kualitas produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan.

3. **Harga bersaing**

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

2.1.2 Teori Tentang Inovasi

2.1.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi menjadi kalimat sakral dalam kemajuan dan kesejahteraan suatu bangsa, baik dilevel mikro ekonomi hingga level makro ekonomi. Inovasi selalu menginspirasi para karyawan dan profesional untuk berkreasi serta menghasilkan nilai tambah ekonomis, baik dari sisi produk/jasa, proses, hingga sistem manajemen. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Orang yang selalu berinovasi, maka ia dikatakan seorang yang inovatif yang akan terus berupaya melakukan perbaikan, pembaruan, dan menyajikan sesuatu yang baru/unik dengan berbeda dengan yang sudah ada saat ini (Sudarmanto & Dkk, 2022). Inovasi adalah penentu krisis dari kinerja bisnis dan cenderung menjadi sarana strategis dalam menghadapi perubahan lingkungan internal dan eksternal. Strategi ini didesain sedemikian rupa agar perusahaan dapat mendominasi pasar maupun peluang memasuki pasar baru (Lestari, 2019).

Berbeda dengan Sudarmanto & dkk, inovasi merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya

(Hutagalung & Hermawan, 2018). Dijelaskan lebih rinci inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai sesuatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat) (Sutirna, 2018). Sedangkan, inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan (*invention*) dan kegiatan inovasi merupakan penciptaan (*creation of value*) yang melibatkan peningkatan teknologi. Dalam penciptaan nilai tersebut, inovasi harus secara signifikan mampu memberikan nilai tambah kesejahteraan yang direpresentasikan pada layak jual (diterima pasar) atau tidaknya produk / jasa inovatif tersebut (Nasution & Kartajaya, 2018).

Berdasarkan berbagai pengertian dari teori-teori menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari inovasi adalah kemampuan dalam mengembangkan ide dan melakukan pembaruan pada produk atau jasa yang dimana dirancang sedemikian rupa agar dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan memiliki nilai tambah yang layak untuk dijual dipasar dan peluang untuk memasuki pasar baru.

2.1.2.2 Faktor Yang Mendorong Inovasi

Sebagaimana aktivitas dalam manajemen lainnya, inovasi sebagai tujuan yang strategis bagi perusahaan harus dikelola sedemikian rupa agar dapat tetap bertahan di era persaingan global. Beberapa faktor yang mempengaruhi inovasi sebagai berikut (Nasution & Kartajaya, 2018):

1. Efisiensi

Pencapaian output yang maksimum dengan input tertentu atau bagaimana cara menggunakan input terendah untuk mencapai output tertinggi sesuai yang diinginkan.

2. Efektivitas

Tingkat pencapaian hasil (pelaksanaan program) dengan target yang ditetapkan. Secara sederhana efektivitas merupakan perbandingan hasil yang ingin dicapai dengan output (aktivitas yang dijalankan agar hasil tercapai). Efisiensi berfokus pada output dan proses, suatu organisasi dinilai efektif apabila output yang dihasilkan memenuhi tujuan yang diharapkan.

3. Need and want

Dikemukakan oleh Widtaningdyah dan Aryani (2014), suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan yang kompetitif, jika dapat menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan lain.

2.1.2.3 Faktor Penyebab Inovasi produk

Hal – hal yang menjadi faktor penyebab dilakukan inovasi terhadap produk antara lain menurut Lupiyoadi dalam (Hasibuan & Dkk, 2022):

1. Kejadian yang tidak diharapkan
Ada kesuksesan dan kegagalan tanpa pernah diantisipasi dan diramalkan, hal ini akan menjadi dasar yang kuat bagi perusahaan.
2. Ketidakharmonisan
Hal ini terjadi bila ada jurang pemisah antara yang diharapkan dengan yang sebenarnya terjadi.
3. Proses sesuai kebutuhan
Hal ini terjadi karena adanya permintaan khusus terhadap para wirausaha untuk menciptakan inovasi tertentu karena ada kebutuhan khusus.
4. Perubahan pada industri dan pasar
Pasar dan industri terus berkembang dan berubah-ubah secara terstruktur, desain dan definisi. Seorang wirausaha harus peka mengantisipasi hal ini untuk menarik kesempatan yang mungkin akan muncul.
5. Perubahan demografi
Inovasi ini muncul karena adanya perubahan pada masyarakat akan jumlah penduduk, umur, pengetahuan, pekerjaan, lokasi geografi, dan faktor-faktor lainnya.
6. Perubahan persepsi
Timbul karena perubahan interpretasi yang terjadi di masyarakat akan fakta yang ada dan konsep yang berlaku. Tidak terbentuk tapi memiliki arti tersendiri.

7. Konsep pengetahuan dasar

Prinsip yang mendasari kreasi atau pengembangan suatu hal baru. Inovasi merupakan salah satu konsep pengetahuan dasar, karena merupakan produk dari pemikiran baru, metode baru dan pengetahuan baru.

2.1.2.4 Indikator Inovasi

Variabel inovasi dibentuk oleh indikator-indikator sebagai berikut

(Setyawati, 2021):

1. Perkenalan proses kerja baru dalam operasi bisnis.
2. Fokus pada produk baru.
3. Terus melakukan perbaikan.
4. Pengembangan produk berbasis pengetahuan
5. Pembaharuan untuk diferensiasi produk.

2.1.3 Teori Tentang Kreativitas

2.1.3.1 Pengertian Kreativitas

Kemampuan berpikir merupakan suatu kegiatan mental yang dialami oleh seseorang pada saat dihadapkan pada suatu masalah yang harus dipecahkan. Kemampuan berpikir secara kreatif dimiliki oleh semua orang karena berpikir kreatif adalah mengemukakan ide-ide baru melalui indra penglihatan, peraba, pengecap, pencium, pendengaran dan lainnya. Pada hakikatnya, berpikir secara

kreatif mengasah kemampuan berpikir untuk menghasilkan sesuatu yang baru dengan menggunakan sesuatu yang telah ada. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru yang artinya tidak selalu keseluruhan dari produk baru, tetapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja yang baru (Sari & Dkk, 2020).

Berbeda dengan Sari & dkk kreativitas merupakan suatu kemampuan pada diri seseorang yang menandai seseorang berfikir Kreatif. Kreativitas biasanya akan muncul manakala diperlukan untuk memecahkan suatu permasalahan atau ditantang untuk menemukan pemikiran, gagasan, ide, produk dan lainnya (Widyariani, 2019). Sedangkan, kreativitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada (Almahdali, 2020). Dijelaskan lebih rinci kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas juga merupakan kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antar unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya (Susilowati & Wangi, 2017). Kreativitas merupakan salah satu perwujudan dari intelegensi yang berhubungan dengan penemuan sesuatu yang baru atau suatu kebaruan yang dihasilkan dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya (Prasetyo, 2020).

Berdasarkan dari pengertian beberapa ahli diatas, peneliti menyimpulkan kreativitas adalah kemampuan berpikir yang dimiliki oleh seseorang untuk

mengembangkan suatu produk baru atau suatu kebaruan baru yang telah dihasilkan sebelumnya menjadi suatu produk yang memiliki manfaat dan bernilai.

2.1.3.2 Aspek kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan berpikir untuk menciptakan sesuatu dengan cara menggabungkan dan mengkombinasikan beberapa konsep untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan baru. Pemaknaan kreativitas sangat beragam, tetapi bisa disederhanakan terdiri dari beberapa aspek yaitu (Bahri, S.E., 2020) :

1. Kreativitas sebagai proses

Kreativitas dalam sudut pandang proses diarahkan untuk pemaknaan terhadap proses yang dilakukan untuk mendapatkan sesuatu yang baru, berbeda dari sebelumnya yang merupakan penyatuan antara pemikiran dan tindakan seseorang dalam mendayagunakan sumber daya dan peluang dalam upaya menciptakan sesuatu yang baru.

2. Kreativitas sebagai produk

Kreativitas sebagai produk merupakan pengidentifikasian kreativitas yang dilihat dari segi produk yang dihasilkan. Produk harus memiliki makna dan nilai yang terdapat dalam produk tersebut.

3. Kreativitas sebagai pribadi

Keunikan dan kekhasan yang dimiliki seseorang akan memengaruhi kreativitas yang ia miliki baik dari segi pemikiran atau tindakan.

2.1.3.3 Ciri –ciri orang kreatif

Kata kreatif dimaknai sebagai kemampuan untuk berpikir membuat sesuatu hal yang dimana kreativitas berkaitan erat dengan kemampuan berpikir yang kritis. Mengungkapkan ciri-ciri orang kreatif yakni (Bahri, S.E., 2020):

1. Memiliki hasrat ingin tahu yang besar.
2. Memiliki sikap terbuka terhadap pengalaman baru.
3. Memiliki keinginan untuk menemukan dan meneliti.
4. Memiliki pikiran yang fleksibel.
5. Panjang akal.
6. Menyukai tugas yang berat dan sulit.
7. Menyukai pencarian tentang jawaban yang luas dan memuaskan.
8. Berdedikasi serta aktif dalam melaksanakan tugas.
9. Selalu menanggapi pertanyaan yang ditunjukkan serta cenderung memberi jawaban lebih banyak.
10. Mampu membuat analisis dan sintesis.
11. Selalu bersemangat untuk bertanya.
12. Daya abstraksinya sangat baik.
13. Latar belakang membacanya luas.

2.1.3.4 Indikator Kreativitas

Pemahaman terhadap kreativitas memberikan dasar yang mengenai caraberwirausaha yang baik. Terdapat 6 indikator yang digunakan untuk mengukur kreativitas, yaitu (Ratih & Dkk, 2021):

1. Cara pembuatan produknya beda dari sebelumnya.
2. Desain kemasan beda dari pesaing.
3. Kemasan produk mudah dibawa.
4. Cita rasa produk mendorong orang untuk membeli kembali.
5. Proses produksinya mudah dimengerti dan dapat diulangi di lain waktu.
6. Kemasan produk mudah dikenal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti :

Tabel 2 1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Rismawan, Budhi Wahyu Fitriadi,Barin Barlian (2022)	Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Produk terhadap	Independen $X_1 =$ Inovasi Produk	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan inovasi produk dan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	<p>Jurnal Ilmiah Multidisiplin , Vol.1, No.12, 2022.</p> <p>ISSN : 2810-0581</p> <p>(Garuda)</p> <p>Tasikmalaya</p>	<p>Keunggulan Bersaing(Survei pada Konsumen Samudra Bordin Tasikmalaya).</p>	<p>$X_2 =$ Kreativitas Produk</p> <p>Dependen</p> <p>$Y =$ Keunggulan Bersaing</p>	<p>kreativitas Produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.</p>
2.	<p>Lisdarahmasari (2021)</p> <p>Jurnal Ilmiah Aset, Vol.23, No.1, 2021</p> <p>ISSN : 2685-9629</p> <p>(Sinta 6)</p> <p>Semarang</p>	<p>Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan Ikan di Semarang.</p>	<p>Independen</p> <p>$X_1 =$ Orientasi Kewirausahaan</p> <p>$X_2 =$ Inovasi</p> <p>$X_3 =$ Kapabilitas Pemasaran</p> <p>Dependen</p> <p>$Y =$ Keunggulan Bersaing</p>	<p>Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan orientasi kewirausahaan, inovasi dan kapabilitas pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.</p>

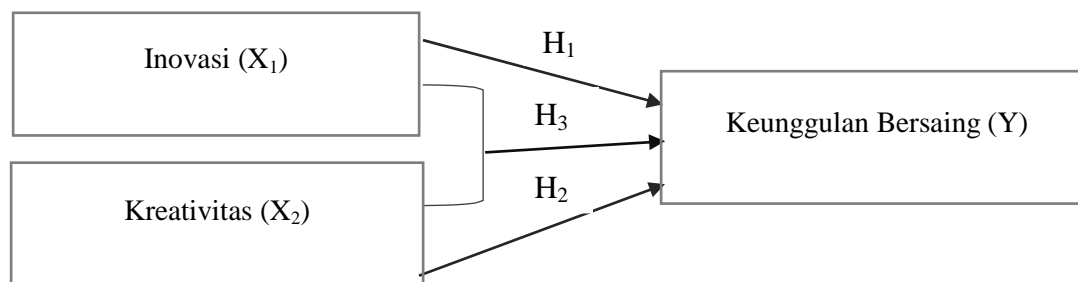
No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3.	Adhe Ira Riany dan Dahmiri (2020) Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, Vol.9, No.2, 2020. ISSN : 2252-8636 (Sinta 4) Jambi	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi).	Independen X_1 =Kreativitas X_2 =Inovasi Dependen Y =Keunggulan Bersaing	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.
4.	Sisilia Suci dan Yunitasari dan Muhadjir Anwar (2022) Jurnal Widya Manajemen, Vol.4, No.2, 2022. ISSN : 2655-9501 (Sinta 5) Jawa Timur	Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasarn Melalui Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya.	Independen X_1 = Keunikan Produk X_2 = Inovasi Produk Dependen Y_1 = Keunggulan Bersaing Y_2 = Kinerja Pemasaran	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Keunikan Produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dan kinerja pemasaran.
5.	Inda Lestari, Miguna Astuti dan Hariyanto Ridwan	Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan	Independen X_1 = Inovasi X_2 = Orientasi	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan inovasi dan orientasi

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	(2019) Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol.4, No.1,2019 ISSN : 2527-7502 (Sinta 3) Jakarta	Bersaing UMKM Kuliner.	Kewirausahaan Dependen Y = Keunggulan Bersaing	kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.
6.	Muhammad Fariz Dwiki Kurniawan, Muhammad Fajar Dzulfikar, Fakhri Ramadhan, Tomi Ikbal Wijaya, Yohana Feronika (2022) Jurnal Manajemen Industri dan Logistik, Vol.6, No.1, 2022 ISSN : 2598-5795 (Sinta 2) Bandung	Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Kuliner UMKM Kota Bandung.	Independen $X_1 = \text{Sistem}$ Pemasaran Kewirausahaan $X_2 = \text{Inovasi}$ Dependen Y = Keunggulan Bersaing	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan sistem pemasaran dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.
7.	Sutapa. Mulyana, Wasitowati (2017)	Peran Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi dalam menciptakan	Independen $X_1 = \text{orientasi pasar}$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Orientasi Pasar,

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Jurnal Dinamika Manajemen, Vol 8, No. 2, 2017 ISSN : 2337-5434 (Sinta 2)	Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Industri	X_2 = kreativitas X_3 = Inovasi Dependen Y_1 = Keunggulan Kompetitif Y_2 = Kinerja Industri	Kreativitas dan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif dan kinerja industri.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah hubungan antara Inovasi (X_1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) dan Kreativitas (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) dan bagaimana pengaruh antara Inovasi (X_1) dan dan Kreativitas (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2 1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H₁ : Terdapat pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
- H₂: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
- H₃ : Terdapat pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Kuwei Indonesia yang beralamatkan di jalan S.Parman Komplek MBC Blok A No.8, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini menggunakan data Kuantitatif. Dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak (Sugiyono, 2021).

3.2.2 Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data merupakan peranan yang penting sebagai alat untuk membuktikan hipotesis untuk mencapai tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang disebarakan ataupun dapat melalui pengamatan baik dengan wawancara maupun observasi.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data tambahan atau data yang didapatkan secara tidak langsung melalui studi kepustakaan berupa informasi yang akan melengkapi data primer. Data tambahan yang dimaksud meliputi dokumen atau arsip didapatkan dari berbagai sumber, foto pendukung yang sudah ada, maupun foto yang dihasilkan sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi penelitian

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah

bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sugiyono, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Kuwei Indonesia, akan tetapi jumlah pelanggan yang akan dijadikan sebagai populasi tidak dapat ditentukan dengan pasti, sehingga peneliti dalam menentukan sampel menggunakan rumus “Hair”.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Cramer dan Howitt (2004) yang diadaptasi oleh Swarjana (2022:13), sampel adalah sekumpulan kasus yang ditarik atau dipilih dari kumpulan atau populasi kasus yang lebih besar, biasanya dengan tujuan memperkirakan karakteristik dari himpunan atau populasi yang lebih besar (Swarjana, 2022).

Apabila jumlah populasi belum diketahui secara pasti, maka dalam menentukan jumlahnya berdasarkan ukuran minimum yaitu indikator dikali 5 dan ukuran maksimum indikator dikali 10. Dalam penelitian ini, jumlah keseluruhan indikator dari semua variabel sebesar 14. Dengan demikian, sampel dapat dihitung sebagai berikut (Jr et al., 2018):

1. Sampel minimum adalah indikator x 5, yaitu $14 \times 5 = 70$
2. Sampel maksimum adalah indikator x 10, yaitu $14 \times 10 = 140$

Berdasarkan perhitungan rumus hair tersebut, maka peneliti mengambil sampel dengan nilai maksimum sebesar 140 pelanggan di Kuwait. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2021).

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan maka perlu dipahami unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam variabel penelitian :

Tabel 3 1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Inovasi (X_1)	Inovasi adalah kemampuan dalam mengembangkan ide dan melakukan pembaruan pada produk atau jasa yang dimana dirancang sedemikian rupa agar dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan memiliki nilai tambah yang layak untuk dijual dipasar dan peluang untuk memasuki	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkenalan proses kerja baru dalam operasi bisnis. 2. Fokus pada produk baru. 3. Terus melakukan perbaikan. 4. Pengembangan produk berbasis pengetahuan 5. Pembaharuan untuk diferensiasi produk. 	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	pasar baru.	Setyawati (2017 :115)	
Kreativitas (X ₂)	Kreativitas adalah kemampuan berpikir yang dimiliki oleh seseorang untuk mengembangkan suatu produk baru atau suatu kebaruan baru yang telah dihasilkan sebelumnya menjadi suatu produk yang memiliki manfaat dan bernilai.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cara pembuatan produknya beda dari sebelumnya. 2. Desain kemasan beda dari pesaing. 3. Kemasan produk mudah dibawa. 4. Cita rasa produk mendorong orang untuk membeli kembali. 5. Proses produksinya mudah dimengerti dan dapat diulangi di lain waktu. 6. Kemasan produk mudah dikenal. <p>Ratih, dkk (2021:10)</p>	Skala <i>Likert</i>
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah kemampuan pelaku bisnis dalam menciptakan nilai tambah bagi suatu perusahaan yang menghasilkan suatu produk dan jasa untuk meraih keuntungan dengan kualitas yang baik serta kemampuan dalam memperoleh peluang di pasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunikan Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga Bersaing <p>Lestari (2019:4)</p>	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah awal dalam suatu penelitian, karena tujuan dari suatu penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak mendapatkan data yang memenuhi standar yang telah ditentukan. Teknik pengumpulan yang digunakan oleh UMKM Kuwei Indonesia yaitu :

1. Metode Angket (Kuesioner), untuk mendapatkan data dari konsumen berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden peneliti menyebarkan angket kepada konsumen-konsumen yang datang untuk membeli. Jawaban dari hasil responden yang bersifat kualitatif yang kemudian akan dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang ditetapkan secara spesifik sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2021). Dalam pengukuran aspek Inovasi dan Kreativitas, peneliti menggunakan skala tingkat (likert) dengan keterangan sebagai berikut :

Tabel 3 2
Pengukuran Skala Likert

No.	Pertanyaan	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu – ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2021:304), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

3. Studi Dokumentasi

Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui profil tentang perusahaan serta mencari fenomena dan teori – teori yang dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi dalam penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh perlu diuji ketepatan dan kecermatannya agar hasil dari pengolahan data tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diolah untuk menguji seberapa tinggi tingkat validitas dan reliabilitas dengan alat yang akan digunakan.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur pada kuesioner tersebut. Item tersebut dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang akan ditunjukkan kepada responden dan hasil dari skor item pertanyaan dan pernyataan tersebut akan

dikorelasi untuk menunjukkan apakah item tersebut valid atau tidak valid (Priyatno, 2017).

Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada suatu variabel yang kemudian akan disignifikasikan dengan kriteria :

1. Hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel} = \text{valid}$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$

Jika r_{hitung} pada setiap pernyataan lebih besar dari r_{tabel} dan r bernilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian seperti skala likert adalah *cronbach alpha*. Pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas sebagai berikut (Priyatno, 2017) :

1. *cronbach alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *cronbach alpha* $0,7$ = reliabilitas diterima.
3. *cronbach alpha* $> 0,8$ = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas pada model regresi. Setiap penelitian akan muncul masalah dengan menggunakan uji asumsi klasik dapat memperoleh model regresi yang pengujiannya dapat dipercaya. Apabila terdapat syarat yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) (Priyatno, 2017).

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila, nilai residual berdistribusi secara normal. Kriteria pengujiannya menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* sebagai berikut (Priyatno, 2017):

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi secara normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi secara normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna.

Model regresi dikatakan baik apabila, terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel bebasnya (Priyatno, 2017).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas umumnya dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Pada regresi yang baik tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Macam- macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah dengan menggunakan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji park dan uji gletser (Priyatno, 2017).

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan antara regresi linear sederhana terletak pada penggunaan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan pada regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam

satu model regresi. Untuk persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut (Priyatno, 2017) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Keunggulan Bersaing (*dependent variabel*)
 X₁ = Inovasi (*independent variabel*)
 X₂ = Kreativitas (*independent variabel*)
 a = Konstanta
 b₁ = Koefisien Variabel Inovasi
 b₂ = Koefisien Variabel Kreativitas
 e = presentase kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji T atau uji koefisien regresi secara parsial untuk menguji pengaruh signifikansi beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Bentuk pengujiannya sebagai berikut (Priyatno, 2017):

1. H₀ : b₁ , b₂ = 0, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan signifikansi 5%.

Kriteria pengujian hipotesis pada Uji T sebagai berikut :

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

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F atau uji koefisien regresi secara simultan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Bentuk pengujiannya sebagai berikut (Priyatno, 2017) :

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan signifikansi 5%.

Kriteria pengujian hipotesis pada Uji F sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Kuadrat dari R menunjukkan koefisien determinasi, angka ini akan diubah menjadi bentuk persen yang dapat menunjukkan presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Semakin kecil nilai koefisien determinasi, maka semakin lemah pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), begitu sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai 1 maka pengaruh variabel independen (X) semakin erat terhadap variabel dependen (Y) (Priyatno, 2017).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Kuweai adalah salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan terutama kue gunting. Usaha Kuwei berdiri pada tahun 1985 sampai saat ini yang dibentuk oleh keluarga Mah Tak Kiong. Usaha makanan tersebut pada awalnya hanya kue gunting biasa saja dimana diperjualbelikan dengan sepeda dan berkeliling di daerah Medan. Berkembang zaman tidak melunturkan bisnis tersebut terus berjalan. Terbukti dengan semakin berkembangnya bisnis tersebut sampai sekarang. Saat ini, makanan yang ada di Kuwei sudah berkembang sesuai dengan permintaan pasar, baik dari segi kualitas bahan yang dihasilkan maupun dari segi rasa dan ini dikembang oleh anak dari bapak Mah Tak Kiong, yaitu Wilson.

Berbagai inovasi makanan telah diterapkan oleh Wilson sebagai penerus bisnis keluarga ini. Seperti cita rasa yang lebih enak, bentuk dan kualitas yang lebih baik lagi. Adapun berbagai makanan yang tersedia di Kuwei ini adalah bakwan, lumpia, lobak, dan talas goreng. Makanan ini memiliki tambahan bumbu yang kekinian seperti asin gurih, BBQ, Balada, Keju, ayam bawang dan juga cabe spesial. Makanan yang ada di Kuwei merupakan salah satu makanan yang mampu bersaing dengan makanan yang sejenis lainnya. tanpa adanya inovasi produk, bisnis yang dijalankan tidak akan berkembang.

4.1.2. Visi dan Misi UMKM Kuwei Indonesia

1. Visi

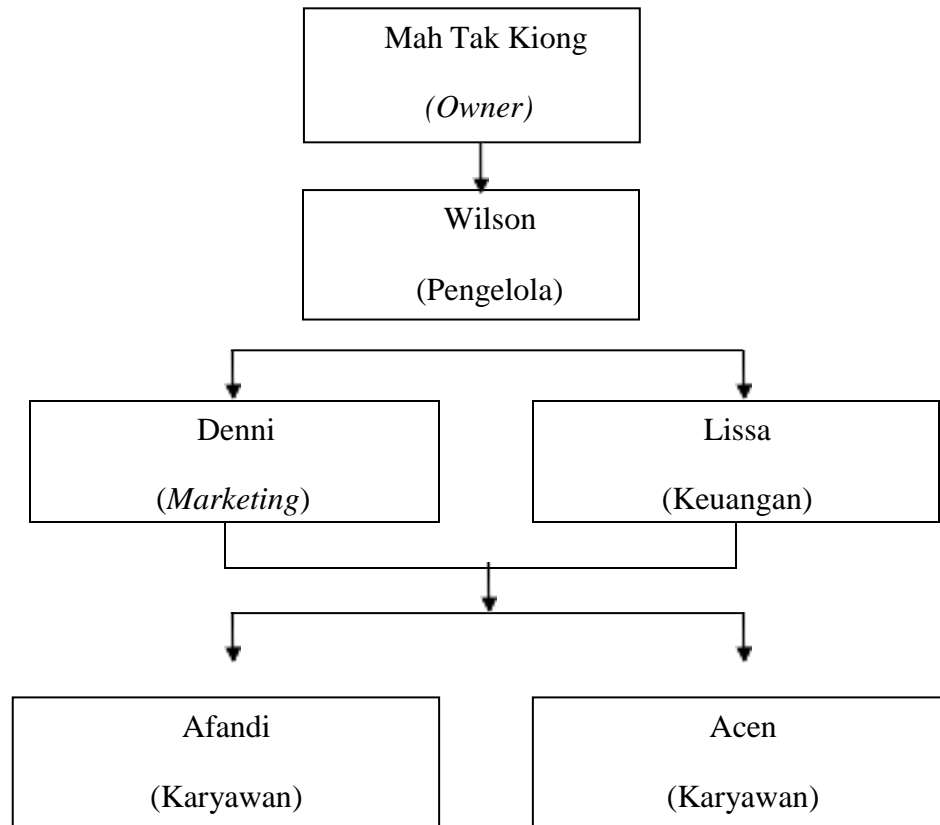
Menjadikan usaha Kuwei dikenal dan digemari di seluruh Indonesia pada tahun 2027.

2. Misi

- 1) Menggunakan bahan baku seperti minyak goreng terbaik, dan sayur sayuran yang segar dalam membuat makanan Kuwei.
- 2) Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- 3) Menciptakan inovasi produk sesuai dengan keadaan pasar.
- 4) Menjalinkan kerjasama dibidang pemasaran kepada pihak yang mendukung usaha Kuwei.
- 5) Terbuka akan setiap kritik maupun saran.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan susunan dari setiap tugas dan tanggung jawab yang telah dibebankan kepada setiap orang yang menjadi pilihan utama. Adapun bentuk struktur organisasi dari Kuwei dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini :



Sumber : Kuwei, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kuwei

Adapun yang menjadi deskripsi tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian tersebut diatas adalah :

1. Owner

Tugas dan Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

- a. Sebagai Pemilik Kuwei
- b. Memberikan masukan dan juga memberi arahan dalam memproduksi makanan di Kuwei.

2. **Pengelola**

Tugas dan Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

- a. Menjalankan bisnis Kuwei dan mengambil keputusan terhadap bisnis tersebut
- b. Merekrut dan memberhentikan karyawan
- c. Menetapkan dan merumuskan strategi bisnis.

3. **Marketing**

Tugas dan Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

- a. Mencari lokasi yang tepat dalam memasarkan produk makanan
- b. Mempromosikan makanan Kuwei ke setiap konsumen.
- c. Mengelola media sosial dalam mempromosikan produk makanan Kuwei

4. **Keuangan**

Tugas dan Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

- a. Mengelola omset penjualan
- b. Melakukan pencatatan biaya yang digunakan untuk membeli bahan bakumakanan.
- c. Memberikan gaji kepada karyawan yang bekerja

5. **Karyawan**

Tugas dan Tanggung Jawabnya sebagai berikut:

- a. Membeli bahan baku di pasar
- b. Mengelola dan memasak makanan yang telah dipersiapkan
- c. Menjual dan melayani konsumen yang melakukan pembelian

d. Menerima pesanan konsumen dengan media sosial

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1. Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi mengenai analisis yang diteliti mencakup karakteristik yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Karakteristik responden terbagi dalam tiga karakteristik yaitu karakteristik berdasarkan usia responden, karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden, dan karakteristik berdasarkan status.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
≤ 20 Tahun	38 Orang	27,14%
21 - 30 Tahun	60 Orang	42,86%
31 - 40 Tahun	32 Orang	22,86%
> 40 Tahun	10 Orang	7,14%
Jumlah	140 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari 140 responden dalam penelitian yang berusia ≤ 20 tahun adalah sebanyak 38 orang (27,14%), responden yang berusia 21 sampai 30 tahun sebanyak 60 orang (42,86%), responden yang berusia 31 sampai 40 tahun sebanyak 32 orang (22,86%), dan responden yang berusia > 40 tahun berusia 10 orang (7,14%). Dengan demikian dapat diketahui dominan konsumen yang melakukan pembelian terdapat pada usia 21-30 tahun.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	72 Orang	51,43%
Wanita	68 Orang	48,57%
Jumlah	140 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari 140 responden, responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 72 orang (51,43%) sedangkan yang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 68 orang (48,57%). Dengan demikian dapat diketahui dominan konsumen yang melakukan pembelian adalah laki-laki.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	Persentase
Pelajar	38 Orang	27,4%
Mahasiswa	42 Orang	30,00%
Karyawan	50 Orang	35,71%
Lainnya	10 Orang	7,14%
Jumlah	140 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023(Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukan bahwa dari 140 responden bahwa responden yang statusnya Pelajar sebanyak 38 orang (27,4%), responden yang statusnya Mahasiswa sebanyak 42 orang (30,00%), responden yang statusnya Karyawan sebanyak 50 orang (35,71%) dan responden yang statusnya Lainnya sebanyak 10 orang (7,14%). Dengan demikian dapat diketahui dominan konsumen yang melakukan pembelian adalah pembeli dengan status karyawan.

4.2.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1. Pengujian Validitas

Menurut Priyatno (2017:63), Uji validitas kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur pada kuesioner tersebut. Item tersebut dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang akan ditunjukkan kepada responden dan hasil dari skor item pertanyaan dan pernyataan tersebut akan dikorelasi untuk menunjukkan apakah item tersebut valid atau tidak valid. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan tidak valid.

Untuk nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini adalah jumlah dari sampel jadi (df) yang digunakan adalah $30 - 2 = 28$ pada tingkat signifikansi 5% maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi sebesar 0,3610. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian validitas untuk variabel penelitian Inovasi (X_1) yaitu :

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Inovasi (X_1)

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kuwei Indonesia mampu mengembangkan produk baru berupa cing con fan dan mua che untuk memenuhi kebutuhan konsumen	0,749	0,3610	Valid
2.	Kuwei Indonesia menggunakan penggorengan yang dapat dilihat	0,697	0,3610	Valid

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
	secara langsung oleh konsumen			
3.	Kuwei Indonesia mempromosikan produk baru berupa cing cong fan dan mua chee kepada konsumen	0,822	0,3610	Valid
4.	Kuwei Indonesia selalu mengembangkan produk baru sesuai kebutuhan konsumen	0,830	0,3610	Valid
5.	Kuwei Indonesia selalu menerima masukan dari konsumen dan berusaha memperbaiki produk makanannya	0,777	0,3610	Valid
6.	Kuwei Indonesia menindaklanjuti ide baru yang diberikan oleh konsumen agar produk dapat berkembang lebih baik lagi	0,474	0,3610	Valid
7.	Produk yang dijual oleh Kuwei Indonesia diciptakan dengan pengetahuan yang luas sehingga berhasil membuat produk yang disukai konsumen	0,822	0,3610	Valid
8.	Proses dalam pengembangan produk Kuwei Indonesia tidak lepas dari keinginan tahunan yang sangat besar dari penjual agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen	0,830	0,3610	Valid
9.	Kuwei Indonesia selalu konsisten dalam melakukan pembaharuan produk makanan yang menarik minat beli konsumen	0,777	0,3610	Valid
10.	Produk yang ditawarkan Kuwei Indonesia memiliki diferensiasi produk yang unik dibanding produk makanan kompetitor	0,474	0,3610	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel inovasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item - Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3610 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan inovasi dinyatakan telah valid.

Berikut ini adalah tabel hasil pengujian validitas untuk variabel penelitian kreativitas (X_2) yaitu :

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Kreativitas (X_2)

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1.	Produk Kuwei Indonesia selalu melakukan pengembangan yang menjadikan proses pembuatan produknya selalu berbeda dari sebelumnya dan menjadi lebih baik	0,481	0,3610	Valid
2.	Kuwei Indonesia memberikan gagasan produk sesuai kebutuhan konsumen	0,684	0,3610	Valid
3.	Kuwei Indonesia memiliki desain warna yang menarik pada kemasan	0,481	0,3610	Valid
4.	Desain kemasan Kuwei Indonesia memiliki keunikan yang lebih unggul dibanding desain kemasan kompetitor	0,494	0,3610	Valid
5.	Kemasan yang mudah dibawa membuat konsumen lebih menyukai produk Kuwei Indonesia	0,684	0,3610	Valid
6.	Dengan menciptakan produk makanan yang simpel dan praktis membuat Kuwei Indonesia selalu diminati konsumen	0,537	0,3610	Valid
7.	Cita rasa makanan yang ditawarkan Kuwei Indonesia mempunyai keunggulan yang membuat konsumen selalu melakukan <i>repeat order</i>	0,551	0,3610	Valid
8.	Kuwei Indonesia selalu menciptakan produk makanan dengan cita rasa yang unik dan beda dari produk makanan serupa lainnya	0,502	0,3610	Valid
9.	Proses produksi yang dilakukan oleh Kuwei Indonesia dapat dilihat secara langsung oleh konsumen sesuai dengan keinginan konsumen	0,524	0,3610	Valid
10.	Proses produksi produknya membuat Kuwei Indonesia mempunyai mempunyai	0,511	0,3610	Valid

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
	keunikannya tersendiri			
11.	Dengan kemasan yang unik dan mudah dikenal masyarakat membuat Kuwei Indonesia unggul dalam persaingan pasar	0,488	0,3610	Valid
12.	Kuwei Indonesia memiliki kemasan yang mudah diingat oleh konsumen	0,439	0,3610	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel kreativitas menunjukkan semua nilai *Corrected Item - Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3610 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan kreativitas dinyatakan telah valid.

Berikut ini adalah tabel hasil pengujian validitas untuk variabel penelitian keunggulan bersaing (Y) yaitu :

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Keunggulan bersaing (Y)

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kuwei Indonesia memiliki produk yang unik dimana dapat dilihat dari segi rasa yang terdapat dalam sambal yang menjadi ciri khas dari Kuwei Indonesia	0,700	0,3610	Valid
2.	Kuwei Indonesia mengembangkan produk baru berupa mua che tidak hanya rasa original akan tetapi terdapat rasa pandan sehingga membuat konsumen tertarik	0,642	0,3610	Valid
3.	Kuwei Indonesia menawarkan produk dengan kualitas yang baik	0,754	0,3610	Valid
4.	Kualitas bahan pada produk yang digunakan dapat dilihat secara langsung oleh konsumen	0,762	0,3610	Valid

No.	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
5.	Harga yang ditawarkan oleh Kuwei Indonesia dapat bersaing dengan kompetitor	0,439	0,3610	Valid
6.	Dengan harga yang ditawarkan membuat konsumen membeli produk yang dikeluarkan oleh Kuwei Indonesia	0,614	0,3610	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel kreativitas menunjukkan semua nilai *Corrected Item - Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3610 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan keunggulan bersaing dinyatakan telah valid.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2017:79), Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian seperti skala likert adalah *cronbach alpha*. Pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas sebagai berikut :

1. *cronbach alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *cronbach alpha* 0,7 = reliabilitas diterima.
3. *cronbach alpha* > 0,8 = reliabilitas baik.

Berikut pengujian reliabilitas dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Inovasi (X₁)

Variabel	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Inovasi	0,900	Reliabilitas baik

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Dari tabel diatas menunjukkan hasil reliabilitas dapat dilihat melalui *output reliability statistics*. Untuk variabel Inovasi didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,900 maka dapat dinyatakan bahwa butir item untuk variabel inovasi (X₁) tersebut berada di atas 0,6 sehingga data dinyatakan reliabilitas baik dan dapat diteruskan untuk melakukan penelitian.

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X₂)

Variabel	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Kreativitas	0,768	Reliabilitas diterima

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Dari tabel diatas menunjukkan hasil reliabilitas dapat dilihat melalui *output reliability statistics*. Untuk variabel kreativitas didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,768 maka dapat dinyatakan bahwa butir item untuk variabel kreativitas (X₂) tersebut berada di atas 0,6 sehingga data dinyatakan reliabilitas diterima dan dapat diteruskan untuk melakukan penelitian.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Variabel	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Keunggulan Bersaing	0,730	Reliabilitas diterima

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Dari tabel diatas menunjukkan hasil reliabilitas dapat dilihat melalui *output reliability statistics*. Untuk variabel keunggulan bersaing didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,730 maka dapat dinyatakan bahwa butir item untuk variabel keunggulan bersaing (Y) tersebut berada di atas 0,6 sehingga data dinyatakan reliabilitas diterima dan dapat diteruskan untuk melakukan penelitian.

4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

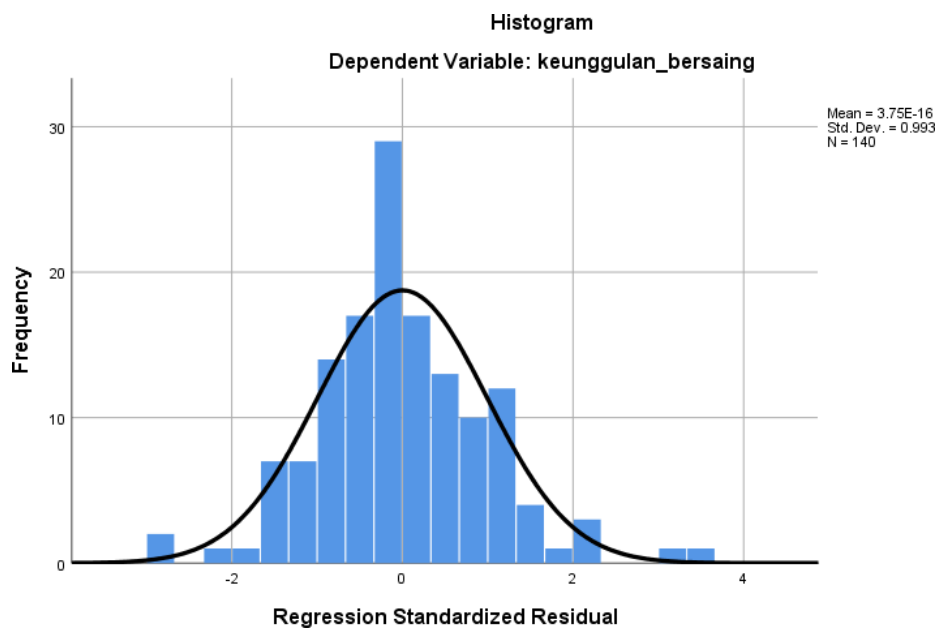
Uji normalitas residual bertujuan untuk menguji apakah model regresi nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mengetahui normalitas data melalui penyebaran pada sumber diagonal yang terdapat pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot Of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasan dari pengujiannya sebagai berikut :

1. Metode Grafik

Menurut Priyatno (2017:109), “ Uji normalitas residual dengan metode grafik dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal di grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal”.

a. Output Histogram

Menjelaskan tentang grafik data dan melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva berbentuk seperti gunung atau lonceng, maka data berdistribusi secara normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram sebagai berikut :



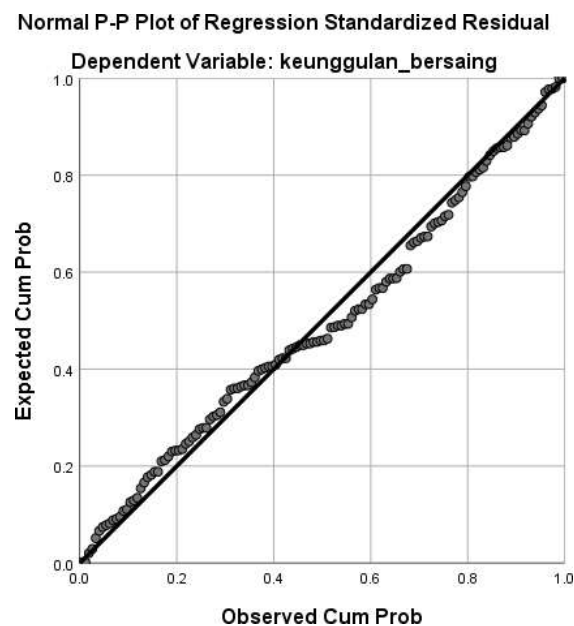
Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

Gambar 4.2. menunjukkan grafik histogram menunjukkan pola data yang berdistribusi normal karena membentuk garis kurva cenderung simetris tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas maka data berdistribusi secara normal.

b. Output Normal Probability Plot of Regression

Menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Output Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal, maka disimpulkan data berdistribusi secara normal. Berikut hasil pengujian normal P-P plot pada gambar berikut :



Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Uji Normalitas Normal P-P Plot

Gambar 4.3. Grafik *Normalitas P-P Plot* terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan sebagian besar mendekati garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Metode Statistik

Menurut Priyatono (2017:114), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi secara normal.

Hasil Pengujian *One Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.92229956
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.049
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.10. terlihat bahwa hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan 0,078 lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa

pengujian statistik normalitas menunjukkan data berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Priyatno menyampaikan bahwa uji Multikolinearitas berarti antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi dikatakan baik apabila, terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel bebasnya.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas umumnya dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas data dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.608	1.211		-1.327	.187		
	inovasi	.375	.051	.508	7.373	.000	.496	2.017
	kreativitas	.200	.036	.380	5.516	.000	.496	2.017

a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11. diatas bahwa masing-masing variabel inovasi (X_1) dan kreativitas (X_2) mempunyai nilai *tolerance* sebesar $0,496 > 0,1$ sedangkan nilai

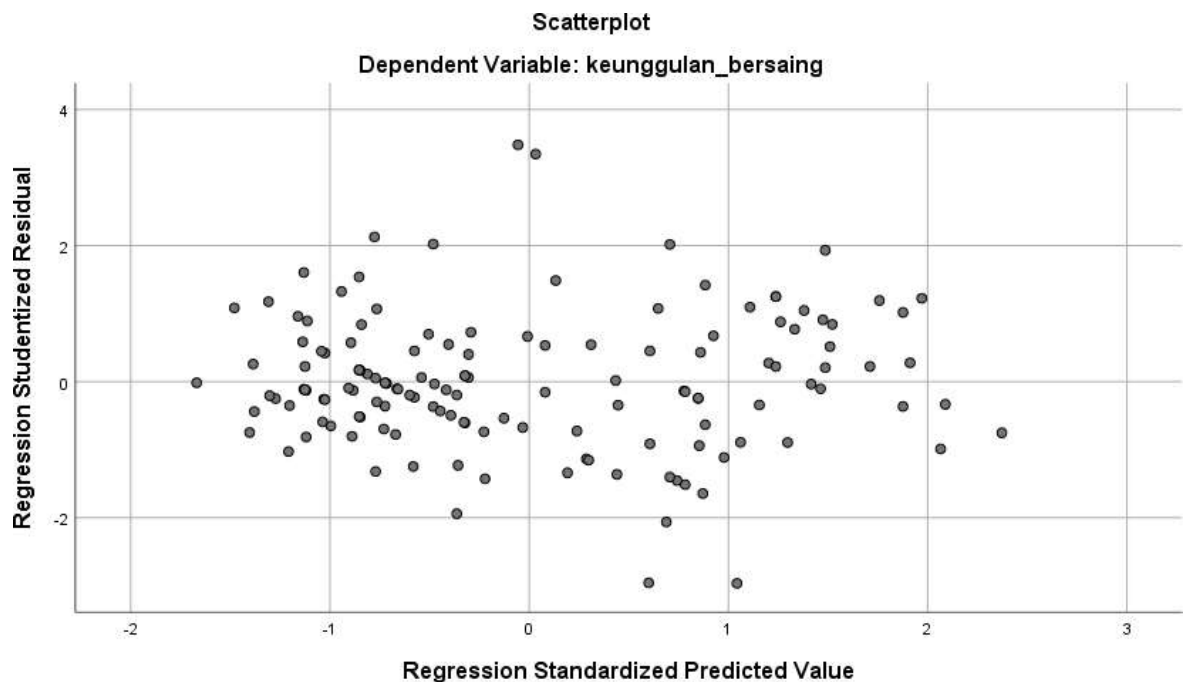
VIF masing-masing variabel inovasi (X_1) dan kreativitas (X_2) yakni 2,017 lebih kecil dari 10, dengan demikian pada uji multikolinearitas tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2017:126), Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Pada regresi yang baik tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Macam- macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah dengan menggunakan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji park dan uji gletser. Ada beberapa cara untuk mendeteksi terjadinya atau tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas yang dapat dilihat melalui grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependent) yaitu *ZPRED* (*Standardized Predicted Value*) dengan residualnya *SRESID* (*Studentized Residual*). Dimana sumbu Y merupakan Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residualnya. Dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.3. berikut ini :



Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Gambar 4. 4
Grafik Scatterplot

Gambar 4.3. grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.4. Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2017:169), Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih

variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan antara regresi linear sederhana terletak pada penggunaan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan pada regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.608	1.211		-1.327	.187
	inovasi	.375	.051	.508	7.373	.000
	kreativitas	.200	.036	.380	5.516	.000

a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

$$Y = -1,608 + 0,375 \text{ Inovasi} + 0,200 \text{ Kreativitas}$$

Makna dari persamaan analisis regresi linier berganda diatas adalah :

1. Konstanta sebesar -1,608 yang berarti bahwa jika tidak terdapat nilai variabel Inovasi dan Kreativitas, maka nilai Keunggulan Bersaing adalah : -1,608.
2. Koefisien regresi inovasi sebesar 0,375 dan bernilai positif. hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan inovasi 1 satuan akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,375 satuan.
3. Koefisien regresi kreativitas sebesar 0,200 dan bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan kreativitas 1 satuan akan meningkatkan

keunggulan bersaing sebesar 0,200 satuan.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Menurut Priyanto (2017:163), Uji T atau uji koefisien regresi secara parsial untuk menguji pengaruh signifikansi beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1 , b_2 = 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
2. $H_a : b_1 , b_2 \neq 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan signifikansi 5%.

Kriteria pengujian hipotesis pada Uji T sebagai berikut :

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

Berikut hasil pengujian Uji T(Uji Secara Parsial) :

Tabel 4.13
Hasil Pengujian secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.608	1.211		-1.327	.187
	inovasi	.375	.051	.508	7.373	.000
	kreativitas	.200	.036	.380	5.516	.000

a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.13 menunjukkan nilai t_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas $df=n-k = 140-2=138$ adalah sebesar 1,977. Hasil dari uji parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan uji t secara parsial untuk variabel inovasi diperoleh nilai t_{hitung} (7,373) lebih besar dari t_{tabel} (1,977) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka inovasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia.
2. Hasil uji t secara parsial untuk variabel kreativitas diperoleh nilai t_{hitung} (5,516) lebih besar dari t_{tabel} (1,977) dengan nilai signifikan sebesar 0,000, maka kreativitas secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyanto (2017:179), Uji F atau uji koefisien regresi secara simultan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel

dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Bentuk pengujiannya sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 , b_2 = 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.
2. $H_a : b_1 , b_2 \neq 0$, Artinya Inovasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan signifikansi 5%. Kriteria pengujian hipotesis pada Uji F sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima.

Berikut hasil pengujian Uji F (Uji Secara Simultan) :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2491.134	2	1245.567	143.755	.000 ^b
	Residual	1187.037	137	8.665		
	Total	3678.171	139			
a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing						
b. Predictors: (Constant), kreativitas, inovasi						

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.14 menunjukkan nilai f_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas

$$df \text{ (Pembilang)} = k-1 = 2-1=1$$

$$df \text{ (Penyebut)} = n-2= 140-2 = 138$$

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($143,755 > 3,91$) dengan hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi dan kreativitas berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia dan pengaruhnya adalah positif dengan taraf signifikan (α) adalah 5%. Dengan melihat probabilitasnya yang lebih kecil dari taraf signifikan ($0,000 < sig < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan tersebut berpengaruh signifikan.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2017:159), Koefisien determinasi yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Kuadrat dari R menunjukkan koefisien determinasi, angka ini akan diubah menjadi bentuk persen yang dapat menunjukkan presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Semakin kecil nilai koefisien determinasi, maka semakin lemah pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), begitu sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai 1 maka pengaruh variabel independen (X) semakin erat terhadap variabel dependen (Y).

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.15. di bawah ini :

Tabel 4.15
Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.673	2.944
a. Predictors: (Constant), kreativitas, inovasi				

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai R_{Square} adalah sebesar 0.677 berarti inovasi dan kreativitas mampu menjelaskan keunggulan bersaing sebesar 67,7% sedangkan sisanya 32,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti seperti Motivasi Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan dan Kemampuan Berwirausaha.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Inovasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji parsial yang memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,373 > 1,977$. Selain itu dapat dilihat dari nilai signifikan untuk variabel Inovasi $0,000 < 0,05$ sehingga terbukti secara parsial Inovasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia (H_1 diterima).

Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Lisdarahmasari (2021) yang menyatakan Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing.

4.3.2. Pengaruh Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji parsial yang memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,516 > 1,977$. Selain itu dapat dilihat dari nilai signifikan untuk variabel Kreativitas $0,000 < 0,05$ sehingga terbukti secara parsial Kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia (H_2 diterima).

Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rismawan (2022) yang menyatakan Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing.

4.3.3 Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji simultan yang memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $143,755 > 3,91$. Selain itu dapat dilihat dari nilai signifikan untuk variabel Inovasi dan Kreativitas adalah $0,000 < 0,05$ sehingga terbukti secara simultan Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan bersaing UMKM Kuwei Indonesia (H_3 diterima).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Adhe (2020) yang menyatakan Kreativitas dan Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Inovasi (X_1) dan Kreativitas (X_2) tidak bernilai, maka Keunggulan Bersaing adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Inovasi (X_1) sebesar satu satuan, Keunggulan Bersaing akan meningkat sebesar b_1 . Setiap peningkatan Kreativitas (X_2) sebesar satu satuan, Keunggulan Bersaing akan meningkat sebesar b_2 .
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial, Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuwei Indonesia.
3. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial, Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuwei Indonesia.
4. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuwei Indonesia.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Inovasi dan Kreativitas dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keunggulan Bersaing UMKM Kuwei Indonesia.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah peneliti lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan dimana :

1. UMKM Kuwei Indonesia harus memperhatikan terkait dengan Inovasi agar dapat meningkatkan Keunggulan Bersaing, dengan cara sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan proses kerja baru dimana konsumen dapat melihat secara langsung bagaimana proses dari pembuatan hingga penggorengan serta kualitas dari produk yang digunakan Kuwei Indonesia dapat terjamin dari bahan baku yang digunakan yang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen yang membeli.
 - b. Memberikan serta memenuhi ekspektasi dari konsumen dengan terus melakukan perbaikan serta melakukan saran dan masukan yang diberikan oleh calon konsumen yang bertujuan agar produk yang diharapkan oleh konsumen dapat berkembang lebih baik lagi.
2. Kuwei Indonesia diharapkan dapat memperhatikan Kreativitas yang telah ada dengan cara sebagai berikut :
 - a. Meningkatkan dan menjaga kreativitas yang diterapkan di produk-produk makanan yang ditawarkan seperti : menciptakan dan mengembangkan kemasan baru yang lebih unik dan lebih efisien untuk dibawa oleh konsumen serta mempertahankan cita rasa makanan yang akan ditawarkan kepada konsumen.
 - b. Pemilik perusahaan dapat mencari ide-ide kreatif lainnya berdasarkan survey dan kotak saran yang bisa di taruh di dekat toko agar konsumen dapat

memberi masukan yang bisa dijadikan sebagai ide-ide untuk mengembangkan kreativitas produk UMKM Kuwei Indonesia sesuai yang diinginkan oleh konsumen.

5.3. Saran untuk Akademik

a. Menambah 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 Keunggulan Bersaing selain Inovasi dan Kreativitas seperti Motivasi Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan dan Kemampuan Berwirausaha.

b. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 140 responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

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.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- 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.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- 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).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- 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., & 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. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.

- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara Responden
Pelanggan Kuwei Indonesia
Di
Tempat**

Dengan hormat,

Saya adalah Mahasiswi Manajemen STIE EKA PRASETYA. Saat ini saya sedang melakukan observasi dengan penyusunan Skripsi **“Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuwei Indonesia”**. Dengan ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara dari hasil penelitian ini dijamin hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Peneliti,

(Viona Adelin)

Pernyataan Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

(Responden tidak perlu menulis nama)

1. Nomorurut : _____(Diisi oleh peneliti)
2. Jenis kelamin : **Pria** **Wanita**
3. Usia : **≤ 20 tahun** **21-30 tahun**
 31-40 tahun **> 40 tahun**
4. Status : **Pelajar** **Karyawan**
 Mahasiswa **Lainnya**

PETUNJUK PENGISIAN

- Berilah tanda centang (✓) pada setiap pernyataan yang dipilih.
- Pilihan jawaban diharapkan seobjektif mungkin agar data kuesioner dapat digunakan secara optimal.
- Keterangan:

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Indikator	No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Inovasi							
Perkenalan proses kerja baru dalam operasi bisnis	1.	Kuwei Indonesia mampu mengembangkan produk baru berupa cing cong fan dan mua chee untuk memenuhi kebutuhan konsumen					
	2.	Kuwei Indonesia menggunakan penggorengan yang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen					
Fokus pada produk baru	3.	Kuwei Indonesia mempromosikan produk baru berupa cing cong fan dan mua chee kepada konsumen					
	4.	Kuwei Indonesia selalu mengembangkan produk baru sesuai kebutuhan konsumen					
Terus melakukan perbaikan	5.	Kuwei Indonesia selalu menerima masukan dari konsumen dan berusaha memperbaiki produk makanannya					
	6.	Kuwei Indonesia menindaklanjuti ide baru yang diberikan oleh konsumen agar produk dapat berkembang lebih baik lagi					

Pengembangan produk berbasis pengetahuan	7.	Produk yang dijual oleh Kuwei Indonesia diciptakan dengan pengetahuan yang luas sehingga berhasil membuat produk yang disukai konsumen					
	8.	Proses dalam pengembangan produk Kuwei Indonesia tidak lepas dari keinginan yang sangat besar dari penjual agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen					
Pembaharuan untuk diferensiasi produk	9.	Kuwei Indonesia selalu konsisten dalam melakukan pembaharuan produk makanan yang menarik minat beli konsumen					
	10.	Produk yang ditawarkan Kuwei Indonesia memiliki diferensiasi produk yang unik dibanding produk makanan kompetitor					

Indikator	No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kreativitas							
Cara pembuatan produk	11.	Produk Kuwei Indonesia selalu melakukan pengembangan yang menjadikan proses pembuatan produknya selalu berbeda dari sebelumnya dan menjadi lebih baik					

	12.	Kuwei Indonesia memberikan gagasan produk sesuai kebutuhan konsumen					
Desain Kemasan	13.	Kuwei Indonesia memiliki desain warna yang menarik pada kemasan					
	14.	Desain kemasan Kuwei Indonesia memiliki keunikan yang lebih unggul dibanding desain kemasan kompetitor					
Kemasan produk mudah dibawa	15.	Kemasan yang mudah dibawa membuat konsumen lebih menyukai produk Kuwei Indonesia					
	16.	Dengan menciptakan produk makanan yang simpel dan praktis membuat Kuwei Indonesia selalu diminati konsumen					
Cita rasa produk	17.	Cita rasa makanan yang ditawarkan Kuwei Indonesia mempunyai keunggulan yang membuat konsumen selalu melakukan <i>repeat order</i>					

	18.	Kuwei Indonesia selalu menciptakan produk makanan dengan cita rasa yang unik dan beda dari produk makanan serupa lainnya					
Proses produksinya	19.	Proses produksi yang dilakukan oleh Kuwei Indonesia dapat dilihat secara langsung oleh konsumen sesuai dengan keinginan konsumen					
	20.	Proses produksi produknya membuat Kuwei Indonesia mempunyai mempunyai keunikannya tersendiri					
Kemasan produk mudah dikenal	21.	Dengan kemasan yang unik dan mudah dikenal masyarakat membuat Kuwei Indonesia unggul dalam persaingan pasar					
	22.	Kuwei Indonesia memiliki kemasan yang mudah diingat oleh konsumen					

Indikator	No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keunggulan Bersaing							
Keunikan Produk	23.	Kuwei Indonesia memiliki produk yang unik dimana dapat dilihat dari segi rasa yang terdapat dalam sambal yang menjadi ciri khas dari Kuwei					

		Indonesia					
	24.	Kuwei Indonesia mengembangkan produk baru berupa mua che tidak hanya rasa original akan tetapi terdapat rasa pandan sehingga membuat konsumen tertarik					
Kualitas Produk	25.	Kuwei Indonesia menawarkan produk dengan kualitas yang baik					
	26.	Kualitas bahan pada produk yang digunakan dapat dilihat secara langsung oleh konsumen					
Harga Bersaing	27.	Harga yang ditawarkan oleh Kuwei Indonesia dapat bersaing dengan competitor					
	28.	Dengan harga yang ditawarkan membuat konsumen membeli produk yang dikeluarkan oleh Kuwei Indonesia					

Lampiran 2 : Distribusi jawaban berdasarkan Usia, Jenis Kelamin dan Status

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
≤ 20 Tahun	38 Orang	27,14%
21 - 30 Tahun	60 Orang	42,86%
31 - 40 Tahun	32 Orang	22,86%
> 40 Tahun	10 Orang	7,14%
Jumlah	140 Orang	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	72 Orang	51,43%
Wanita	68 Orang	48,57%
Jumlah	140 Orang	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	Persentase
Pelajar	38 Orang	27,4%
Mahasiswa	42 Orang	30,00%
Karyawan	50 Orang	35,71%
Lainnya	10 Orang	7,14%
Jumlah	140 Orang	100%

Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas Inovasi

Correlations												
		x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x110	inova si
x11	Pearson Correlation	1	.760*	.542**	.609**	.496**	.182	.542**	.609**	.496**	.182	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.005	.335	.002	.000	.005	.335	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x12	Pearson Correlation	.760*	1	.559**	.680**	.372*	.000	.559**	.680**	.372*	.000	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.043	1.000	.001	.000	.043	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x13	Pearson Correlation	.542*	.559*	1	.524**	.615**	.232	1.000**	.524**	.615**	.232	.822**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.003	.000	.218	.000	.003	.000	.218	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x14	Pearson Correlation	.609*	.680*	.524**	1	.608**	.259	.524**	1.000**	.608**	.259	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.000	.167	.003	.000	.000	.167	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x15	Pearson Correlation	.496*	.372*	.615**	.608**	1	.188	.615**	.608**	1.000**	.188	.777**
	Sig. (2-tailed)	.005	.043	.000	.000		.320	.000	.000	.000	.320	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

x16	Pearson Correlation	.182	.000	.232	.259	.188	1	.232	.259	.188	1.000**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.335	1.000	.218	.167	.320		.218	.167	.320	.000	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x17	Pearson Correlation	.542*	.559*	1.000**	.524**	.615**	.232	1	.524**	.615**	.232	.822**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.003	.000	.218		.003	.000	.218	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x18	Pearson Correlation	.609*	.680*	.524**	1.000**	.608**	.259	.524**	1	.608**	.259	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.167	.003		.000	.167	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x19	Pearson Correlation	.496*	.372*	.615**	.608**	1.000**	.188	.615**	.608**	1	.188	.777**
	Sig. (2-tailed)	.005	.043	.000	.000	.000	.320	.000	.000		.320	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x110	Pearson Correlation	.182	.000	.232	.259	.188	1.000**	.232	.259	.188	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.335	1.000	.218	.167	.320	.000	.218	.167	.320		.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
inova si	Pearson Correlation	.749*	.697*	.822**	.830**	.777**	.474**	.822**	.830**	.777**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.008	
	N	30	30	30	30	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
.900	10

Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas Kreativitas

Correlations														
		x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	x21 0	x21 1	x21 2	kreativitas
x21	Pearson Correlation	1	.307	.368 [*]	.010	.307	.110	.092	.245	.107	.108	.157	.297	.481 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.099	.045	.958	.099	.563	.628	.192	.575	.568	.408	.111	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x22	Pearson Correlation	.307	1	.257	.168	1.000 ^{**}	.271	.208	-	.189	.065	.348	.376 [*]	.684 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.099		.170	.375	.000	.147	.271	.958	.318	.734	.059	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x23	Pearson Correlation	.368 [*]	.257	1	.610 ^{**}	.257	.225	-.050	.054	.152	.044	.024	.035	.481 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.045	.170		.000	.170	.231	.793	.776	.422	.817	.900	.853	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x24	Pearson Correlation	.010	.168	.610 ^{**}	1	.168	.493 ^{**}	.114	.221	.364 [*]	.159	.000	-.152	.494 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.958	.375	.000		.375	.006	.548	.241	.048	.402	1.000	.422	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x25	Pearson Correlation	.307	1.000 ^{**}	.257	.168	1	.271	.208	-	.189	.065	.348	.376 [*]	.684 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.099	.000	.170	.375		.147	.271	.958	.318	.734	.059	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

x26	Pearson Correlation	.110	.271	.225	.493**	.271	1	.145	.255	.539**	.108	.000	-.104	.537**
	Sig. (2-tailed)	.563	.147	.231	.006	.147		.445	.174	.002	.569	1.000	.584	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x27	Pearson Correlation	.092	.208	-.050	.114	.208	.145	1	.437*	.221	.552**	.299	.361*	.551**
	Sig. (2-tailed)	.628	.271	.793	.548	.271	.445		.016	.241	.002	.108	.050	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x28	Pearson Correlation	.245	-.010	.054	.221	-.010	.255	.437*	1	.330	.428*	.123	.251	.502**
	Sig. (2-tailed)	.192	.958	.776	.241	.958	.174	.016		.075	.018	.518	.181	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x29	Pearson Correlation	.107	.189	.152	.364*	.189	.539**	.221	.330	1	.187	.270	-.100	.524**
	Sig. (2-tailed)	.575	.318	.422	.048	.318	.002	.241	.075		.323	.149	.601	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x210	Pearson Correlation	.108	.065	.044	.159	.065	.108	.552**	.428*	.187	1	.508**	.244	.511**
	Sig. (2-tailed)	.568	.734	.817	.402	.734	.569	.002	.018	.323		.004	.193	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x211	Pearson Correlation	.157	.348	.024	.000	.348	.000	.299	.123	.270	.508**	1	.188	.488**
	Sig. (2-tailed)	.408	.059	.900	1.000	.059	1.000	.108	.518	.149	.004		.319	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

x212	Pearson Correlation	.297	.376*	.035	-.152	.376*	-.104	.361*	.251	-.100	.244	.188	1	.439*
	Sig. (2-tailed)	.111	.0413	.853	.422	.041	.584	.050	.181	.601	.193	.319		.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
kreativitas	Pearson Correlation	.481**	.684*	.481**	.494**	.684*	.537**	.551**	.502**	.524**	.511**	.488**	.439*	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.0007	.007	.0067	.0007	.0022	.0012	.0053	.0034	.0044	.0064	.015	
	N	30	30	30	30	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).														

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	12

Lampiran 5 : Uji Validitas dan Reliabilitas Keunggulan Bersaing

Correlations								
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	keunggulan_bersaing
y1	Pearson Correlation	1	.600**	.429*	.521**	.108	.101	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.018	.003	.568	.596	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.600**	1	.370*	.654**	-.140	-.010	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000		.044	.000	.460	.960	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.429*	.370*	1	.383*	.141	.543**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.018	.044		.037	.458	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.521**	.654**	.383*	1	.187	.270	.762**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.037		.323	.149	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.108	-.140	.141	.187	1	.508**	.439*
	Sig. (2-tailed)	.568	.460	.458	.323		.004	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.101	-.010	.543**	.270	.508**	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	.596	.960	.002	.149	.004		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
keunggulan_bersaing	Pearson Correlation	.700**	.642**	.754**	.762**	.439*	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.015	.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
.730	6

Lampiran 6: Tabulasi Hasil Angket Responden Inovasi

Responden	Inovasi (X1)										Jumlah
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X110	
1	2	1	2	2	2	1	2	4	4	4	24
2	2	3	3	2	2	3	2	5	5	5	32
3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	23
4	2	3	2	2	3	2	2	5	4	4	29
5	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	26
6	2	2	3	2	3	2	2	5	4	4	29
7	3	2	4	2	2	4	5	4	4	5	35
8	2	1	2	2	2	3	2	4	4	3	25
9	3	3	5	3	2	3	2	4	4	4	33
10	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	24
11	2	1	4	2	3	2	2	3	5	3	27
12	2	2	4	4	2	3	5	5	4	4	35
13	5	5	5	5	2	5	2	3	4	4	40
14	5	2	3	2	5	3	2	3	2	2	29
15	2	2	5	5	2	3	2	4	4	4	33
16	2	5	4	5	5	5	2	5	2	2	37
17	3	1	4	2	2	3	2	5	4	4	30
18	5	2	3	2	5	3	2	5	4	4	35
19	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	28
20	2	2	3	2	2	3	2	4	4	5	29
21	5	2	3	5	2	3	2	5	4	4	35
22	2	2	3	2	2	3	2	3	4	4	27
23	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	25
24	2	2	3	2	4	3	2	4	4	4	30
25	2	2	3	2	2	3	2	5	2	2	25
26	2	2	3	2	2	3	2	5	4	4	29
27	2	2	3	2	5	3	2	5	4	4	32
28	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	28
29	2	2	3	2	2	3	2	4	4	5	29
30	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	28
31	2	2	3	1	1	1	2	5	5	5	27
32	2	2	3	5	3	3	3	3	3	3	30
33	2	2	5	2	2	3	2	5	4	4	31
34	1	2	1	2	1	3	2	3	3	4	22
35	2	2	2	1	2	3	2	5	4	4	27
36	2	2	3	2	2	3	2	4	4	5	29
37	2	2	3	5	5	3	2	4	4	3	33
38	1	2	3	2	1	3	2	4	4	4	26
39	2	2	3	2	5	3	2	3	3	2	27

40	2	2	3	1	1	3	2	3	5	3	25
41	2	2	3	2	2	3	2	2	2	5	25
42	2	2	4	2	5	3	2	2	3	2	27
43	2	2	3	2	5	3	2	2	3	5	29
44	2	2	3	2	2	3	2	2	5	2	25
45	2	2	3	2	2	3	2	5	5	4	30
46	2	2	3	2	2	3	5	5	5	4	33
47	2	2	3	2	2	3	2	2	2	4	24
48	2	2	3	2	2	3	2	2	4	5	27
49	2	2	3	1	2	3	1	2	4	2	22
50	2	2	3	5	5	3	2	3	3	2	30
51	2	2	3	2	2	3	5	3	2	2	26
52	2	2	3	5	5	3	2	5	5	2	34
53	2	2	3	5	5	3	2	2	5	2	31
54	5	2	3	2	2	3	2	2	5	2	28
55	5	4	3	2	2	3	5	2	5	2	33
56	5	2	3	5	5	3	2	5	5	2	37
57	5	2	3	2	2	3	2	5	5	2	31
58	2	2	3	4	5	3	5	3	5	5	37
59	2	2	1	2	2	1	2	2	5	3	22
60	2	2	3	2	2	1	2	2	5	2	23
61	5	2	3	2	5	3	2	2	5	5	34
62	5	2	3	2	2	3	2	2	5	5	31
63	1	2	3	2	2	1	2	2	5	5	25
64	1	2	3	2	2	3	2	2	5	3	25
65	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	21
66	2	2	3	2	2	3	2	2	5	5	28
67	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	24
68	1	2	3	2	2	3	2	2	5	5	27
69	3	2	3	3	3	3	3	2	2	5	29
70	2	2	3	2	1	1	2	2	3	5	23
71	1	1	2	2	1	3	2	5	3	2	22
72	2	2	3	5	2	3	2	5	3	2	29
73	2	2	3	2	2	3	2	5	3	3	27
74	2	2	3	2	2	3	2	3	2	5	26
75	2	2	3	2	2	3	2	2	2	5	25
76	2	2	3	2	2	3	2	5	2	5	28
77	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	26
78	2	2	3	2	2	3	2	2	5	5	28
79	2	2	3	2	4	3	3	2	2	5	28
80	2	2	3	2	2	3	2	2	3	5	26
81	3	5	5	2	5	3	2	5	3	2	35
82	3	5	5	2	5	3	2	5	3	2	35
83	3	5	5	2	5	3	3	5	3	3	37

84	3	5	5	2	5	4	5	5	4	4	42
85	3	5	5	2	5	5	5	5	4	5	44
86	3	5	3	5	5	2	2	2	4	2	33
87	3	5	5	2	5	5	5	2	5	2	39
88	3	5	5	2	5	5	5	2	5	2	39
89	3	5	5	2	5	5	5	2	5	2	39
90	3	5	3	5	5	5	3	2	5	2	38
91	3	5	3	2	2	2	3	2	5	2	29
92	3	5	3	2	2	5	3	2	5	2	32
93	3	5	3	3	4	2	3	2	2	2	29
94	3	5	4	5	5	4	4	2	5	2	39
95	3	5	5	5	5	4	5	2	3	2	39
96	3	5	2	2	2	4	2	2	5	3	30
97	3	5	2	2	5	3	2	2	2	3	29
98	3	5	2	2	2	2	2	2	3	3	26
99	3	5	2	3	2	5	2	5	3	3	33
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
103	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
104	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	34
105	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
106	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
107	5	3	4	4	3	5	3	4	4	3	38
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
109	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	28
110	5	4	3	5	3	5	4	3	5	3	40
111	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
112	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
113	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	26
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
115	3	3	5	2	2	3	3	5	2	2	30
116	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
117	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	42
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
119	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
120	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	46
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
122	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	36
123	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
124	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
125	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	42
126	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	36
127	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38

128	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	42
129	3	5	3	5	4	3	5	3	5	4	40
130	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
131	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	36
132	3	3	4	5	4	3	3	4	5	4	38
133	3	5	5	5	4	3	5	5	5	4	44
134	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	40
135	4	5	4	3	3	4	5	4	3	3	38
136	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
137	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	42
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
140	3	5	5	2	5	5	5	2	5	5	42

Lampiran 7: Tabulasi Hasil Angket Responden Kreativitas

Responden	Kreativitas(X2)												Jumlah
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X210	X211	X212	
1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	28
2	5	2	2	1	2	5	2	2	1	2	2	5	31
3	2	5	3	3	5	2	5	3	3	5	5	3	44
4	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	5	27
5	2	5	3	3	5	2	5	3	3	5	5	2	43
6	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	30
7	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	26
8	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	5	2	33
9	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	29
10	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	5	29
11	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	30
12	2	2	3	5	2	2	2	3	5	2	5	4	37
13	2	2	3	3	5	2	2	3	3	5	5	5	40
14	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	29
15	5	2	3	3	2	5	2	3	3	2	2	2	34
16	5	2	3	4	2	5	2	3	4	2	5	5	42
17	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
18	3	2	5	5	2	3	2	5	5	2	2	2	38
19	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	1	4	25
20	2	4	3	3	2	2	4	3	3	2	2	2	32
21	2	5	3	3	3	2	5	3	3	3	2	5	39
22	2	1	3	3	1	2	1	3	3	1	2	2	24
23	2	2	5	5	2	2	2	5	5	2	5	2	39
24	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	26
25	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	1	1	24
26	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	29
27	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	30
28	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
29	2	2	5	4	2	2	2	5	4	2	2	2	34
30	2	2	5	3	2	2	2	5	3	2	2	2	32
31	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	2	1	21
32	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	1	26
33	2	5	3	3	2	2	5	3	3	2	2	2	34
34	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	22
35	2	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	2	26
36	2	1	3	3	2	2	1	3	3	2	1	2	25
37	2	2	3	5	2	2	2	3	5	2	2	2	32
38	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28

39	2	2	1	3	2	2	2	1	3	2	2	2	24
40	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	22
41	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
42	2	2	3	3	5	2	2	3	3	5	2	2	34
43	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	5	3	32
44	2	2	3	4	2	2	2	3	4	2	2	2	30
45	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	27
46	2	2	5	5	2	2	2	5	5	2	2	2	36
47	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	26
48	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
49	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	26
50	5	2	3	3	2	5	2	3	3	2	2	2	34
51	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	5	31
52	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	26
53	2	2	1	3	2	2	2	1	3	2	2	2	24
54	2	2	3	1	1	2	2	3	1	1	2	2	22
55	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	2	2	26
56	2	2	5	3	2	2	2	5	3	2	2	2	32
57	2	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	1	25
58	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	29
59	5	2	5	5	2	5	2	5	5	2	2	2	42
60	5	5	3	3	5	5	5	3	3	5	2	2	46
61	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
62	5	2	3	3	2	5	2	3	3	2	2	2	34
63	5	5	3	3	2	5	5	3	3	2	3	5	44
64	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
65	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
66	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
67	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
68	3	2	3	3	1	3	2	3	3	1	3	2	29
69	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
70	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
71	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
72	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
73	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	28
74	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	4	32
75	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	30
76	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	28
77	3	2	3	1	2	3	2	3	1	2	2	2	26
78	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	28
79	3	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	24
80	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	26
81	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	55
82	5	5	2	5	5	5	2	5	4	5	5	3	51

83	5	5	5	5	5	2	4	2	2	2	2	3	42
84	2	2	2	2	2	4	4	5	5	2	5	3	38
85	2	2	3	2	2	4	5	2	5	2	2	3	34
86	5	5	5	5	5	5	4	2	2	3	2	3	46
87	5	2	5	5	2	5	2	3	5	2	3	3	42
88	2	2	2	2	2	2	5	2	5	2	3	3	32
89	5	2	5	2	2	5	5	3	5	2	3	3	42
90	3	4	2	5	2	2	4	5	5	2	3	3	40
91	3	5	2	2	3	2	3	5	5	2	3	3	38
92	3	5	4	5	5	4	4	5	5	2	3	3	48
93	3	2	2	2	2	2	3	5	5	2	3	3	34
94	3	5	5	2	5	5	2	5	5	2	3	3	45
95	3	2	5	2	2	5	3	5	5	2	3	3	40
96	3	3	3	2	5	4	5	5	5	2	3	3	43
97	3	3	3	2	5	4	5	5	5	2	3	3	43
98	3	3	3	2	5	4	5	5	5	2	3	3	43
99	3	3	3	2	5	4	5	5	5	2	3	3	43
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	48
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	55
102	3	5	3	3	3	5	3	3	2	5	4	5	44
103	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	52
104	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	4	4	44
105	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	52
106	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	2	52
107	3	4	5	3	3	4	5	3	3	3	3	4	43
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
109	2	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	5	36
110	3	3	2	5	3	3	2	5	5	5	4	2	42
111	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	54
112	4	3	5	5	4	3	5	5	4	3	3	2	46
113	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	3	2	43
114	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	55
115	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	44
116	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	56
117	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4	3	4	51
118	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	55
119	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	48
120	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	56
121	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4	49
122	3	3	2	5	3	3	2	5	5	5	5	5	46
123	5	4	5	3	5	4	5	3	4	4	3	4	49
124	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	54
125	4	5	5	3	4	5	5	3	4	4	2	2	46
126	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	49

127	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	41
128	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	57
129	5	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	51
130	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	49
131	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
132	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	46
133	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	46
134	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	4	47
135	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	5	48
136	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
137	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	46
138	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	3	46
139	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	4	47
140	5	4	5	3	5	4	5	3	3	3	3	5	48

Lampiran 8: Tabulasi Hasil Angket Responden Keunggulan Bersaing

Responden	Keunggulan Bersaing (Y)						Jumlah
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	2	2	2	1	1	2	10
2	2	2	3	2	2	2	13
3	3	2	3	3	3	2	16
4	2	2	3	2	2	4	15
5	2	2	4	3	2	2	15
6	2	2	3	2	2	2	13
7	3	3	3	2	2	2	15
8	3	2	3	2	2	2	14
9	3	3	3	2	3	2	16
10	2	3	3	3	3	2	16
11	2	2	3	1	2	3	13
12	3	2	3	2	3	2	15
13	5	4	3	2	2	5	21
14	2	2	3	4	2	2	15
15	2	2	3	2	2	5	16
16	3	2	3	4	5	5	22
17	2	1	2	2	2	3	12
18	2	2	3	4	2	4	17
19	2	2	3	2	1	2	12
20	4	2	3	2	2	2	15
21	3	3	2	1	2	5	16
22	3	5	2	1	5	2	18
23	3	5	2	1	2	2	15
24	2	2	2	1	2	2	11
25	2	2	3	2	2	5	16
26	3	2	2	1	5	2	15
27	3	5	2	1	2	5	18
28	3	2	2	1	2	5	15
29	3	5	2	1	2	2	15
30	3	5	2	1	2	2	15
31	3	2	2	1	2	2	12
32	3	2	2	1	2	5	15
33	3	5	2	1	5	2	18
34	3	2	2	1	2	1	11
35	2	2	3	2	1	2	12
36	4	1	3	2	2	2	14
37	2	2	3	2	2	2	13
38	4	1	3	2	1	2	13
39	2	2	3	2	2	2	13

40	3	2	1	1	1	2	10
41	2	3	3	1	2	2	13
42	2	2	3	4	2	2	15
43	2	3	4	2	3	3	17
44	2	2	3	2	2	2	13
45	2	2	3	2	2	3	14
46	2	2	3	5	2	2	16
47	2	2	1	2	3	2	12
48	3	2	2	1	2	5	15
49	3	5	2	1	2	2	15
50	3	3	5	1	2	1	15
51	3	2	2	1	2	2	12
52	2	3	3	4	2	2	16
53	4	2	4	4	5	2	21
54	4	2	3	2	2	2	15
55	2	2	3	5	2	4	18
56	4	3	5	2	4	5	23
57	3	2	2	2	2	2	13
58	4	5	3	2	4	2	20
59	2	2	3	2	2	4	15
60	2	2	4	2	3	2	15
61	4	2	2	3	2	2	15
62	5	4	2	2	2	2	17
63	2	2	2	2	1	2	11
64	2	2	2	1	2	2	11
65	3	1	2	1	2	2	11
66	2	2	3	2	2	2	13
67	4	1	4	1	3	3	16
68	3	3	2	1	2	5	16
69	3	2	2	1	2	4	14
70	2	3	2	1	2	2	12
71	5	2	2	1	1	2	13
72	3	2	5	1	2	5	18
73	3	5	2	1	3	4	18
74	3	4	2	1	2	5	17
75	3	5	2	1	2	2	15
76	3	3	2	1	5	5	19
77	3	4	2	1	2	2	14
78	3	3	2	1	3	3	15
79	3	3	3	1	3	2	15
80	2	3	2	1	3	2	13
81	3	2	3	2	2	2	14
82	2	3	3	4	4	3	19
83	2	4	2	2	4	4	18

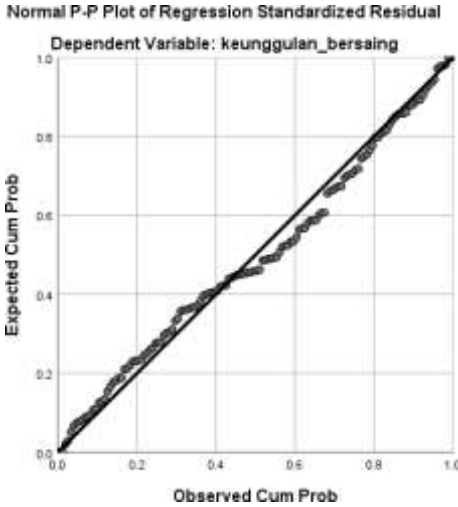
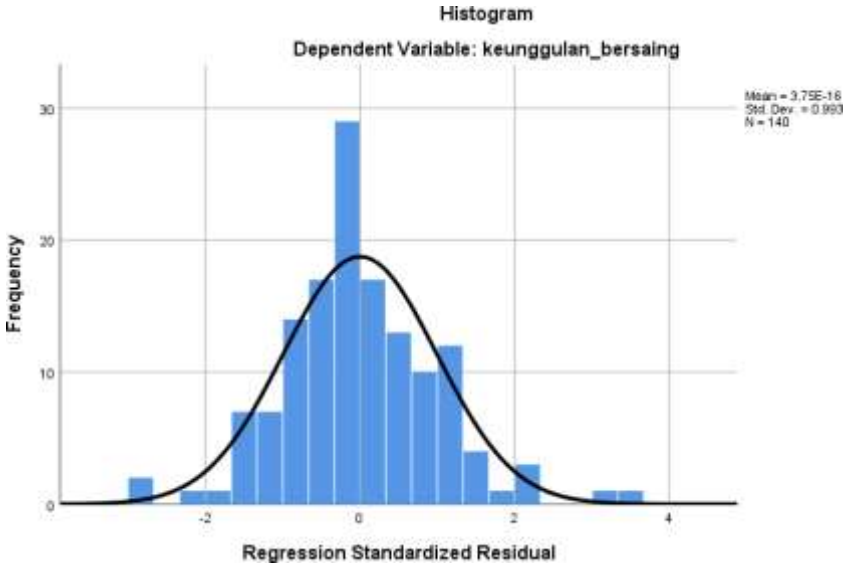
84	2	2	5	5	5	4	23
85	5	2	2	2	5	5	21
86	2	2	3	2	2	5	16
87	3	2	2	2	5	3	17
88	4	2	5	5	2	3	21
89	2	5	5	5	2	2	21
90	2	2	2	2	2	2	12
91	2	3	2	2	5	5	19
92	2	2	2	5	3	5	19
93	2	5	5	2	3	5	22
94	5	5	5	2	2	5	24
95	2	2	2	2	2	5	15
96	5	5	4	4	5	5	28
97	5	5	4	4	5	5	28
98	5	3	2	2	2	3	17
99	5	2	2	3	2	2	16
100	4	4	4	4	3	3	22
101	4	5	4	4	4	5	26
102	3	4	3	4	3	3	20
103	5	5	5	5	4	5	29
104	3	3	4	4	3	3	20
105	4	4	5	4	4	4	25
106	4	4	5	5	5	4	27
107	3	3	3	2	3	3	17
108	4	4	4	4	4	4	24
109	2	2	3	4	2	3	16
110	3	4	4	2	2	2	17
111	5	5	5	5	5	5	30
112	5	4	5	4	4	4	26
113	2	3	2	3	4	3	17
114	5	5	5	5	5	5	30
115	3	3	3	3	4	2	18
116	5	5	4	4	4	4	26
117	4	5	4	4	5	5	27
118	4	4	5	4	4	4	25
119	5	4	5	5	4	3	26
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	5	4	4	4	5	26
122	2	2	3	3	4	3	17
123	5	5	5	4	4	4	27
124	4	4	5	5	5	3	26
125	5	5	4	3	3	4	24
126	3	4	3	4	4	3	21
127	4	4	4	4	4	4	24

128	5	5	5	5	4	5	29
129	3	4	3	4	3	4	21
130	3	5	5	5	5	4	27
131	3	5	5	5	5	4	27
132	3	3	3	4	4	3	20
133	3	4	4	5	4	4	24
134	3	4	4	5	5	5	26
135	3	3	3	3	4	3	19
136	3	5	5	5	5	4	27
137	3	5	5	5	5	4	27
138	3	3	3	4	4	3	20
139	3	4	4	5	4	4	24
140	3	4	4	5	5	5	26

Lampiran 9: Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

- **Histogram**



- **Normal P-Plot**

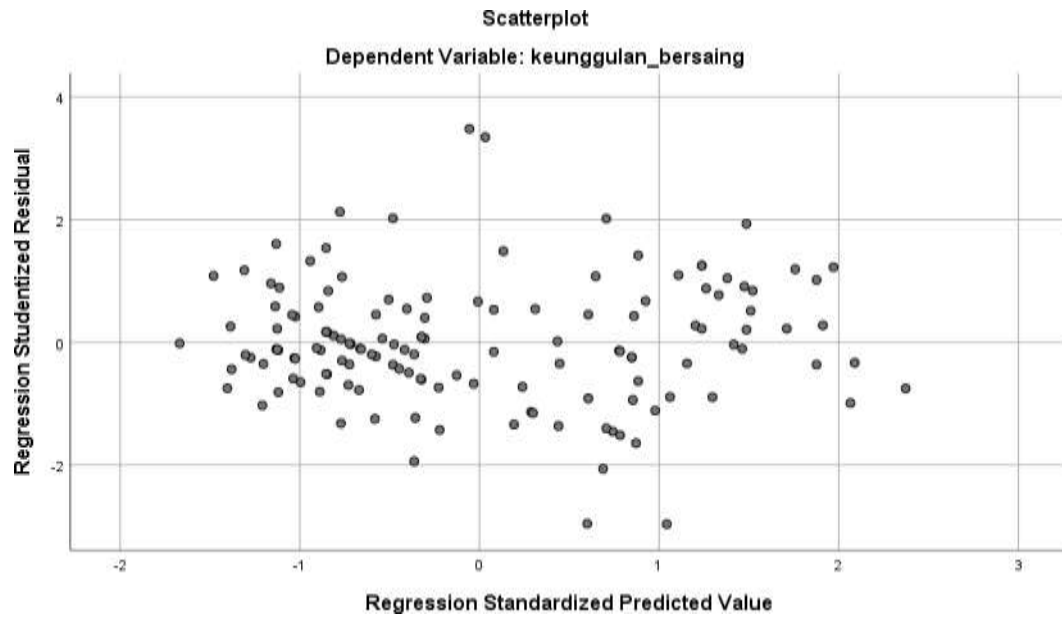
- Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.92229956
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.049
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.608	1.211		-1.327	.187		
	inovasi	.375	.051	.508	7.373	.000	.496	2.017
	kreativitas	.200	.036	.380	5.516	.000	.496	2.017
a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing								

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 10 : Hasil Output SPSS Uji Analisis Linear Berganda

1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.608	1.211		-1.327	.187
	inovasi	.375	.051	.508	7.373	.000
	kreativitas	.200	.036	.380	5.516	.000

a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing

2. Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.673	2.944

a. Predictors: (Constant), kreativitas, inovasi

3. Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2491.134	2	1245.567	143.755	.000 ^b
	Residual	1187.037	137	8.665		
	Total	3678.171	139			

a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing
b. Predictors: (Constant), kreativitas, inovasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.608	1.211		-1.327	.187
	inovasi	.375	.051	.508	7.373	.000
	kreativitas	.200	.036	.380	5.516	.000

a. Dependent Variable: keunggulan_bersaing



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 02 November 2022

Nomor : 5749/R/STIE-EP/X1/2022

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Kuwei Indonesia
Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Viona adelin
NIM	: 191010074
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kuwei Indonesia

Untuk mengadakan peninjauan ke Kuwei Indonesia 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 hubungsan 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. Anwar R. S.E., M.Si



Kuwei Indonesia
Jl. Sparman blok A no 8 20111, Petisah Tengah
Medan Petisah, Sumatera Utara

No :
Hal : Surat Keterangan Riset

Kepada Yth :
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
Ketua STIE Eka Prasetya
Di Tempat

Dengan Hormat,
Yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Wilson
Jabatan : Manager
Alamat Usaha : Jl. S. Parman Blok A No 8, Medan
No Telepon : 082165466525

Menerangkan bahwa :
Nama : Viona Adelin
Nim : 191010074
Program Studi : Manajemen Kewirausahaan
Universitas : STIE Eka Prasetya

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Kuwei Indonesia sebagai syarat penyusunan proposal dengan judul : **"PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM KUWEI INDONESIA."**

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Medan, 02 Februari 2023

Hormat kami,

Wilson,
Manager

STIE Eka Prasetya Medan

STIE Eka Prasetya



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Viona adelin
NIM : 191010074
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Rabu, 9 Februari 2022	HERBERT JUDUL PROPOSAL: Hubungan lokasi, harga dan promosi terhadap minat Beli gadget pada Sani Inkeila House	181010083	
2.	Rabu, 9 Februari 2022	Tuan JUDUL PROPOSAL: Pengaruh kualitas produk dan reputasi merek Terhadap Penjualan produk PT. SIAR ALFA UBAH	181010042	
3.	Kamis, 17 Februari 2022	TEDEKI HUMANAD MAULANA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh social media dan inovasi terhadap peningkatan volume penjualan produk Handphone Xiaomi pada toko Angel Cam Deli Tera	181010216	
4.	Kamis, 17 Februari 2022	KELUWA KUSUMA JUDUL PROPOSAL: Pengaruh integrated marketing terhadap keputusan pembelian pelanggan pada produk PT. Puri Wira Mahkota Medan	181010064	
5.	Kamis, 17 Februari 2022	STEWAKY JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh saingan produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di apotik King Farma	181010053	
		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 : Viona adelin

NIM : 191010074

Kelas : kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0812 6569 7037 Email: Viona.adelin@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jln. garet subrata km 10,5 komplek grand gading mutiara blok 11CC

Nama Dosen Pembimbing I:

DR. SRI REZEKI, S.Pd., M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

ELISABETH NAWAHOLOAJ, S.Pd., M.Sc

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	3 oktober 2022	Disuati mengenai pengerjaan skripsi bab 1, 2, 3	
2	7 oktober 2022	google meet (bahasa judul penelitian)	
3	1 November 2022	acc judul proposal	
4	2 february 2023	Bab I : identifikasi masalah pada inovasi produk disolusi	
5		krupa asin	
6		Bab II : harus ada pengantar	
7	6 february 2023	Bab I : identifikasi masalah pada inovasi dan	
8		uraian hasil berdasarkan pada indikator	
9		variabel / latar belakang	
10		Bab IV : mata pengantar pada uji - uji	
11	8-2-23	Acc sampul	
12	3/3/23	Revisi kuesioner	
13	27/4/23	bimbingan online : ACC bab 4 + Revisi bab 5 (impulsi manajemen)	
14	28/4/23	ACC sidang	
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	07/04/2023	Revisi perbaikan → cc	
2	6/3/23	Revisi sampul	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Viona adelin

NIM : 191010074

Kelas : Kewirausahaan A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0812 6569 7037

Email: VIONA.adelin@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jln. gerat subecto um 10,5 komplek grand gerang matrasa blok 11 cc

Nama Dosen Pembimbing 1:

Nama Dosen Pembimbing 2:

DR. SRI REZEKI, SE., M.Si

ELISABETH ARINABOLAN, S.Pd., M.Sc

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	2/1-2022	Bimbingan : Layout Bab 1, Isi Bab 1. Indikator dan Definisi	
2		dari variabel belum lengkap	
3	30/1/22	Bimbingan : Halaman, spasi antar paragraf, penulisan	
4	16/1/23	Bimbingan : Bab 1, 2, 3 (Halaman, penulisan, spasi)	
5	26/1/23	Bimbingan : Bab 1, 2, 3 (Times new roman penulisan pada halaman)	
6	31/1/23	Pengecekan bab 1, 2, 3 (revisi Bab 1)	
7	2/3-2023	ACC Sempro	
8	7/3/23	Bimbingan kuesioner (revisi penyusunan)	
9	10/3/23	Bimbingan kuesioner (revisi penyusunan variabel Y)	
10	14/3/23	ACC kuesioner	
11	29/3/23	Bimbingan bab 4, 5 (revisi bab 4, 5)	
12	3/4/23	revisi gambar (layout bab 4) / spasi	
13	17/4/23	Bimbingan bab 4/5 (revisi bab 4 tabel, bab 5 implikasi)	
14	18/4/23	Bimbingan bab 4/5 (revisi layout)	
15	28/4-2023	ACC Sidang	
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	07/03 2023	Revisi Perbaikan → OK	
2	6/3/23	Revisi: lengkap	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Viona Adelin
NIM / Program Studi : 191010074 / Manajemen
Tempat & Tanggal Lahir : Medan, 17 Mei 2001
No Handphone : 0812-6569-7037
Agama : Buddha
Email : viona.adelin@gmail.com
Pekerjaan : Admin
Nama Perusahaan : Toko Kertas Sukamaju Jaya Abadi
Latar Belakang Pendidikan : 1. 2006 - 2007 TK Perguruan Jenderal Sudirman
Medan
2. 2007- 2013 SD Perguruan Jenderal Sudirman Medan
3. 2013 – 2016 SMP Perguruan Wiyata Dharma Medan
4. 2016 – 2019 SMA Perguruan Wiyata Dharma Medan
5. 2019 – Sekarang STIE Eka Prasetya Medan
Nama Ayah : Suwandi
Nama Ibu : Melina
Alamat Orang Tua : JL. Medan – binjai km 10,5 komplek grand gading
mutiara blok 11 CC

Medan, 8 Mei 2023

Viona Adelin

191010074

STIE Eka Prasetya

