

**PENTINGNYA PERAN CITA RASA, INOVASI DAN
KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA UMKM, KECAMATAN
MEDAN TEMBUNG**

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

SKRIPSI



**Ditulis Oleh:
SHERLEN FAUSTINA
201010224**

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pentingnya Peran Cita rasa, Inovasi, dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung.

Yang dipersiapkan oleh:

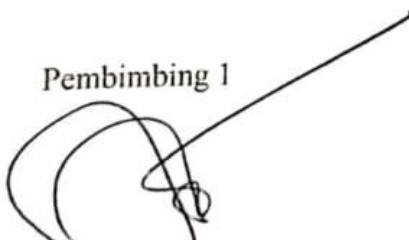
SHERLEN FAUSTINA

201010224

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

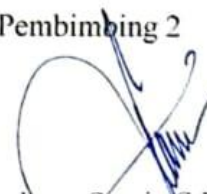
Medan, 06 Mei 2024

Pembimbing 1



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN: 00066037202

Pembimbing 2



Dr. Bambang Sutejo S. Kom S.E., M.M
NIDN: 0104127801

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

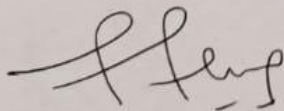
Skripsi Dengan Judul Pentingnya Peran Cita Rasa, Inovasi, dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung.

Yang dipersiapkan oleh:
Sherlen Faustina
201010224

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 13 Juli 2024

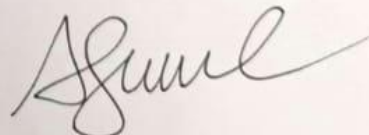
Penguji I,



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

NIDN : 0112027303

Penguji II,



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M

NIDN : 0115088601

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

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

Nama	:	Sherlen Faustina
NIM	:	201010224
Judul Tugas Akhir	:	Pentingnya peran Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung.
Pembimbing 1	:	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing 2	:	Dr. Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

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

Medan, 07 Mei 2024



Sherlen Faustina
201010224

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Pentingnya Peran Cita Rasa, Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

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

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

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

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

Medan, 31 Agustus 2024

Shelen Faustina
201010224

ABSTRAK

Sherlen Faustina, 201010224. 2024, Pentingnya peran Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Pembimbing II: Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas secara parsial dan simultan terhadap keberhasilan usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh UMKM, Kecamatan Medan Tembung pada tahun 2023 berjumlah 292 UMKM. Jumlah sampel adalah 169 UMKM. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability* sampling. Data dianalisis dengan metode analisis jalur yang menghasilkan persamaan **Keberhasilan Usaha = 0.520 + 0.280 Cita Rasa + 0.639 Inovasi + 0.191 Kreativitas + e**. Hasil penelitian menunjukkan Cita Rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Cita rasa, inovasi dan kreativitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Besarnya *adjusted R Square* adalah sebesar 0.703 atau 70.3% yang berarti cita rasa, inovasi terhadap keberhasilan usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung.

Kata Kunci : Cita Rasa, Inovasi, Keberhasilan Usaha, Kreativitas

ABSTRACT

Sherlen Faustina, 201010224. 2024, the importance of the role of taste, innovation and Creativity in the Business Success at UMKM , Medan Tembung, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Advisor II: Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.

*This study aims to determine the influence of taste, innovation and creativity partially and simultaneously on the business success UMKM, Medan Tembung. This study uses quantitative methods and data sources in the form of primary and secondary data. The population in the study was all UMKM, Medan Tembung in 2023 amounted to 292 UMKM. The number of samples is 169 UMKM. Sampling technique with nonprobability sampling. The Data were analyzed by the path analysis method that produces the equation of **Business Success = 0.520 + 0.280 Taste + 0.639 Innovation + 0.191 Creativity** +e. The results showed that partial taste has a positive and significant effect on business success. Partially innovation has a positive and significant effect on business success. Creativity partially has a positive and significant effect on the business success. Taste, innovation and creativity simultaneously have a positive and significant effect on business success. The amount of adjusted R Square is 0.703 or 70.3% which means taste, innovation to the business success UMKM, Medan Tembung.*

Keywords : Business Success, Creativity, Innovation, Taste,

MOTTO

"Success in business implies optimism, mutual confidence, and fair play. A businessman must hold a high opinion of the worth of what he has to sell and he must feel that he is a useful public servant."

(R.H. Marcy)

" There is a Japanese proverb that literally goes 'Raise the sail with your stronger hand', meaning you must go after the opportunities that arise in life that you are best equipped to do."

(Soichiro Honda)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

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

Orang tua, nafas hidupku, yang tidak pernah jemu mendukung danmemotivasiku untuk menjadi orang yang sukses.

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

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK..... vii

ABSTRACT..... viii

MOTTO..... ix

HALAMAN PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL.....xvii

DAFTAR GAMBAR xix

DAFTAR LAMPIRAN xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 8

1.3 Batasan Masalah..... 9

1.4 Rumusan Masalah..... 9

1.5 Tujuan Penelitian..... 9

1.6 Manfaat Penelitian..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.....	13
2.1.1.3 Faktor Penentu Keberhasilan Usaha.....	13
2.1.1.4 Faktor Kegagalan Usaha.....	15
2.1.1.5 Indikator Kegagalan Usaha.....	17
2.1.2 Cita Rasa.....	18
2.1.2.1 Pengertian Cita Rasa.....	18
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cita Rasa.....	19
2.1.2.3 Komponen Cita Rasa.....	20
2.1.2.4 Penampilan Makanan.....	21
2.1.2.5 Indikator Cita Rasa.....	23
2.1.3 Inovasi	24
2.1.3.1 Pengertian Inovasi	24
2.1.3.2 Jenis-jenis Inovasi	25
2.1.3.3 Strategi Inovasi	26
2.1.3.4 Manfaat Inovasi	27
2.1.3.5 Indikator Inovasi	27
2.1.4 Kreativitas.....	28
2.1.4.1 Pengertian Kreativitas.....	28

2.1.4.2 Strategi Pengembangan Kreativitas.....	29
2.1.4.3 Pentingnya Kreativitas.....	30
2.1.4.4 Berpikir Kreatif.....	31
2.1.4.5 Indikator Kreativitas.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	36
3.1.2 Waktu Penelitian.....	36
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.2.1 Jenis Data.....	36
3.2.2 Sumber Data.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Definisi dan Definisi Operasional Variabel Peneliti.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	43

4.1.4.1 Uji Normalitas.....	58
4.1.4.2 Uji Multikolinearitas.....	60
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	63
4.1.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	63
4.1.6.2 Uji Simultan (Uji-F).....	65
4.1.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.1.8 Kontribusi Variabel.....	67
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.....	69
4.2.2 Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.....	70
4.2.3 Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.....	71
4.2.4 Pengaruh Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran Akademis.....	73
5.3 Implikasi Manajerial	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah UMKM (Juta Unit) di Indonesia Periode 2018-2022.....	2
Tabel 1.2	Data Laju Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Periode 2018-2022.....	2
Tabel 1.3	Data Jumlah UMKM DI Medan Tembung 2019-2023.....	3
Tabel 1.4	Data Keluhan Pelanggan Cita Rasa UMKM Kuliner Kecamatan Medan Tembung.....	4
Tabel 1.5	Data Inovasi UMKM Martabak Kecamatan Medan Tembung Tahun 2023.....	5
Tabel 1.6	Data Kreativitas Para UMKM Kecamatan Medan Tembung Tahun 2023.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	52
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Cita Rasa (X_1).....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Inovasi (X_2).....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kreativitas (X_3).....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas.....	57

Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.11	Hasil Analisis regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	64
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	65
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4.15	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas.....	67
Tabel 4.16	Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1	Uji Normalitas Histogram.....	58
Gambar 4.2	Uji Normal P-P Plot.....	59
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Jawaban Responden n 30
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil Jawaban Responden Sampel Penelitian
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Tabel Statistik

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Posisi UMKM terhadap kestabilan ekonomi Indonesia sangat penting, maka pelaku bisnis khususnya pada sektor UMKM perlu bergerak cepat dalam menangani ketidakstabilan ekonomi tersebut. Ada beberapa cara yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis salah satunya adalah berinovasi dalam sistem pembayaran menggunakan pembayaran berbasis digital. Tantangan bagi UMKM dalam melakukan inovasi bisnis mereka dengan menerapkan internet tidaklah mudah, mereka perlu meningkatkan terlebih dahulu keterampilan mereka seperti keterampilan manajerial, keterampilan beroperasi dan mengorganisir serta pemasaran itu sendiri.

Globalisasi dan revolusi industri memberikan banyak tuntutan kepada para pencari kerja. Di samping minimnya lapangan pekerjaan karena ketidakseimbangan lapangan pekerjaan dengan jumlah angkatan kerja, faktor lain adalah otomatisasi kerja. Dalam perekonomian Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi, artinya UMKM memiliki peran penting. Dari uraian tersebut, secara tidak disadari seseorang tersebut telah terlibat pada aktivitas kewirausahaan dan menjadi seorang wirausaha (Julyanthry, dkk., 2022). Berikut ini, Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah UMKM dari 2018 hingga 2022.

Tabel 1.1 Tabel Perkembangan Jumlah UMKM*Perkembangan Jumlah UMKM (Juta Unit) di Indonesia Periode 2018-2022*

Tahun	Persentase
2018	64,2%
2019	65,5%
2020	61,8%
2021	65,5%
2022	74,1%

Sumber. Kemenkop dan UKM-Litbang KJ/, November 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,1 juta UMKM dari berbagai sektor usaha. Kondisi ini dapat terjadi dikarenakan minat masyarakat untuk memulai kewirausahaan yang cukup tinggi, namun juga berdampak pada semakin ketatnya iklim persaingan bisnis di antara para UMKM.

Pada laju pertumbuhan UMKM terkhusus industri makanan dan minuman terjadi penurunan sejak tahun 2018 sampai tahun 2022. Berikut data laju pertumbuhan UMKM terkhusus industri makanan dan minuman di Indonesia antara lain:

Tabel 1.2 Data Laju Pertumbuhan*Data Laju Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Periode 2018-2022*

Tahun	Persentase
2018	7,91%
2019	7,78%
2020	1,58%
2021	2,54%
2022	2.74%

Sumber. Dilansir dalam Prosiding seminar id.com, November 2023

Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mengalami penurunan yang tajam pada tahun 2020. Kondisi ini terjadi

dikarenakan kondisi pandemi COVID-19 yang dialami dunia sehingga turut menekan laju pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia. Namun,

Usaha kuliner semakin beragam hal ini ditandai dengan bermunculannya usaha kuliner yang terus bertambah di Kecamatan Medan Tembung. Salah satu yang menarik untuk diteliti adalah perkembangan kuliner di daerah medan tembung. Keberhasilan bisnis adalah tujuan utama perusahaan atau bisnis, dengan semua operasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan itu. Sebuah perusahaan dikatakan berhasil jika menghasilkan keuntungan, namun keuntungan bukan satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan. Keuntungan, di sisi lain, adalah aspek penting karena keuntungan adalah tujuan seorang pengusaha (Maryam *et al.*, 2021). Keberhasilan seorang usaha tidak luput dengan adanya sebuah karakteristik. Karakteristik terlihat melalui proses pembejalaran dimana ilmu pengetahuan seorang wirausaha akan terlihat dan berkembang hasil interaksi dari pengalaman yang diperoleh. Karakteristik merupakan sifat, tata perilaku, pemikiran serta sikap yang harus dicapai untuk mencapai tujuan.

Berikut data banyaknya UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang telah di data langsung yang dapat di lihat pada table 1.3

Tabel 1.3 Data Jumlah UMKMDI Medan Tembung

Data Jumlah UMKM DI Medan Tembung 2019-2023

Tahun	Jumlah UMKM
2019	354
2020	381
2021	134
2022	6
2023	292

Sumber. <https://medankota.bps.go.id/>, Januari 2023

Cita rasa sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha kuliner karena disituasi seperti saat ini, cita rasa makanan yang mempengaruhi terhadap akan untuk membeli produk makanan. Perusahaan yang berkualitas tinggi akan memberikan keuntungan yang sangat banyak dibandingkan kualitas yang rendah. Artinya, konsumen atau pelanggan akan bersedia membeli jika suatu barang atau produk dengan harga yang masuk akal atau relatif terjangkau.

Cita rasa UMKM Kecamatan Medan Tembung hampir mempunyai kesamaan. Namun, beberapa keluhan pelanggan dapat dilihat pada tabel di bawah ini yang berdasarkan observasi awal oleh peneliti lakukan terdapat:

Tabel 1.4 Data Keluhan Pelanggan Cita Rasa UMKM Kuliner

Data Keluhan Pelanggan Cita Rasa UMKM Kuliner Kecamatan Medan Tembung

No.	Keterangan
1.	Rasa yang tidak konsisten.
2.	Menu di antara setiap toko hampir sama sehingga tidak ada keunggulan atau keunikan.
3.	Makanan yang disajikan gosong.
4.	Makanan yang semakin dikit walaupun telah ukuran jumbo.
5.	Kesalahan menu karena terkadang ramai.
6.	Beberapa toko makanan yang rasa hambar.
7.	Tingkat kematangan yang tidak sempurna.
8.	Kemasan yang kurang tertutup dengan baik karena ketika sampai rumah konsumen berembun.

Sumber. Data Penelitian, November 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa cita rasa UMKM Kecamatan Medan Tembung masih terdapat berbagai fenomena yang mengecewakan konsumen sehingga menyebabkan pembelian ulang yang tidak terjadi. Beberapa hal ini berkaitan dengan aroma yang tidak sedap, rasa yang kurang enak, tidak membuat konsumen ingin membeli lagi, secara tampilan menarik akan tetapi dari citarasa tidak.

Inovasi merupakan proses mengubah peluang menjadi konsep yang dapat dipasarkan. Inovasi yang harus dimiliki seorang wirausaha, faktor meraih keberhasilan suatu usaha/bisnis adalah pemilihan media promosi. Media promosi digunakan sebagai sarana atau alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan wirausaha, dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat usaha yang dijalankan.

Salah satu contoh UMKM yang dilakukan observasi oleh peneliti yaitu beberapa UMKM Martabak yang datang penulis untuk melakukan wawancara dan penulis melihat adanya beberapa masalah seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1.5 Data Inovasi UMKM Martabak Kecamatan Medan Tembung

Data Inovasi UMKM Martabak Kecamatan Medan Tembung Tahun 2023

No	Jenis Inovasi	Keterangan
1.		Melakukan inovasi dengan adanya 2 topping yang berbeda bertujuan untuk mengurangi kebosanan konsumen dan meningkatkan rasa penasaran konsumen. Namun, karena martabak seringkali dimakan bersama (keluarga) sehingga dengan 2 topping keluarga yang tidak suka akan rasa yang satunya namun masih dapat menikmati.
2.		Beberapa UMKM juga melakukan inovasi dengan membuat campuran <i>topping</i> lebih dari 3 sehingga akan memicu ketertarikan namun inovasi ini kurang optimal disebabkan harga yang ditawarkan lebih mahal dari martabak biasanya dan waktu penyajian yang cukup lama sehingga banyak konsumen yang kurang tertarik dengan inovasi menu ini.
3.		Akhir-akhir ini menu <i>red velvet</i> yang banyak diminati generasi milenial dan generasi Z sehingga beberapa UMKM martabak melakukan uji coba menu ini. Namun, ternyata kurang diminati disebabkan kurang disukai oleh orang tua karena terlalu manis dan warna yang terlalu dominan merah.

No	Jenis Inovasi	Keterangan
4.		Martabak buah diciptakan agar lebih sehat ketika dikonsumsi oleh UMKM Martabak Denai 2, Medan Tembung namun hasil rasa yang dihasilkan kurang enak dan harga yang ditawarkan juga tergolong mahal dibandingkan dengan martabak biasanya.
5.		Menu martabak ini diciptakan dengan lebih tipis sehingga menimbulkan rasa <i>crunchy</i> dan <i>manis dan gurih yang pas</i> . Namun inovasi menu ini kurang diminati disebabkan terlalu tipis dan cenderung mahal. Karena menggunakan <i>topping</i> tambahan ayam. Dan <i>topping</i> cenderung sama dengan varian yang biasanya, varian ini juga terbatas untuk pilihan menu.

Sumber. Data Penelitian, Januari 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa UMKM Kecamatan Medan Tembung melakukan inovasi menu martabak namun kurang diminati oleh para konsumen pecinta martabak dikarenakan kurangnya inovasi menu dan tidak melakukan modifikasi pada menu sehingga konsumen hanya melihat menu yang sama dan konsumen menganggap tidak ada menu baru. Contohnya seperti menggabungkan makanan manis, gurih, pedas dengan buah agar lebih segar dan kelihatan lebih sehat.

Kreativitas adalah kemampuan untuk berkreasi, kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Kreativitas juga dapat diartikan sebagai suatu pola pikir, ide-ide maupun gagasan yang timbul dalam diri dan penciptaan sesuatu hal yang baru. Kreativitas ini dapat dipupuk dan dikembangkan melalui pendidikan dengan cara yang tepat.

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

Berikut adalah beberapa masalah yang dihadapi oleh para UMKM Kecamatan Medan Tembung

Tabel 1.6 Data Kreativitas Para UMKM Kecamatan Medan Tembung

Data Kreativitas Para UMKM Kecamatan Medan Tembung Tahun 2023

No	Jenis Kreativitas	Keterangan
1.		Beberapa UMKM di Tembung menggunakan mobil pickup agar kemudahan dalam akomodasi dan kebersihan dapat terjaga.
2.		Beberapa UMKM martabak melakukan kemasan yang kreatif dengan membuat nama toko mereka agar konsumen tidak lupa dengan nama tokonya.
3.		Beberapa UMKM martabak melakukan bentuk pemotongan yang berbeda sesuai dengan <i>request</i> dari konsumen.

Sumber. Data Penelitian, November 2023

Tabel di atas terlihat bahwa tidak semua UMKM seperti Martabak di Kecamatan Medan Tembung mampu melakukan kreativitas. Sebuah kreativitas membutuhkan biaya tambahan, kemampuan dalam memodifikasi kemasan, bentuk, warna yang mampu membuat calon konsumen tertarik untuk membeli. Oleh sebab itu banyak UMKM di kecamatan Medan Tembung ini tidak mampu menciptakan, memodifikasi dan mengkombinasikan berbagai macam varian rasa, tampilan, kemasan yang baru tanpa menaikkan harga, sehingga kreativitas para pengusaha UMKM ini terhambat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul **“Pentingnya Peran Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, disinyalir keberhasilan usaha para pengusaha UMKM mengalami penurunan diakibatkan oleh :

1. Citarasa : aroma yang tidak sedap, rasa yang kurang enak, membuat konsumen tidak ingin membeli lagi, secara tampilan menarik akan tetapi dari citarasa tidak.
2. Para pengusaha UMKM Kecamatan Medan Tembung tidak mampu menciptakan, memodifikasi dan mengkombinasikan berbagai macam varian rasa, tampilan, kemasan yang baru tanpa menaikkan harga, sehingga kreativitas para pengusaha UMKM ini terhambat dan konsumen tak ingin membeli.
3. Kurangnya inovasi menu dan tidak melakukan modifikasi pada menu sehingga konsumen hanya melihat menu yang sama dan konsumen menganggap tidak ada menu baru.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel bebas seperti Cita Rasa (X_1), Inovasi (X_2) dan Kreativitas (X_3) serta variabel terikat

seperti Keberhasilan Usaha (Y). Objek penelitian ini adalah UMKM Kecamatan Medan Tembung.

1.4 Rumusan Masalah

Identifikasi dan batasan masalah tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah Cita Rasa berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Medan Tembung?
2. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung?
3. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung?
4. Apakah Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Kecamatan Medan Tembung.

4. Untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Aspek Praktis

Sebagai dasar peningkatan Keberhasilan Usaha masa yang akan datang dengan perbaikan Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas.

2. Aspek Teoritis

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditunjukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari masa sebelumnya.

Menurut (Saryanto, 2018), “Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas yaitu kreatif, mengikut perkembangan teknologi, dan dapat menerapkan secara produktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usaha yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya”.

Pandangan serupa juga dikemukakan oleh (Liswati, 2018), “keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya kesuksesan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, kreatif, dapat juga dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis dan target perusahaan”.

Selain itu, pengertian lain disampaikan oleh menurut (Andrianna, 2021), “Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama, dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas

dalam suatu bisnis berjalan dengan sangat baik serta terdapat peningkatan-peningkatan dalam usahanya.”

Menurut (Purnomo *et al.*, 2020), “Keberhasilan suatu usaha adalah adanya sumber daya manusia yang potensial. Sumber daya manusia tidak akan berkembang apabila tidak digali potensi yang ada dalam dirinya. Dalam hubungannya dengan pengembangan SDM ini salah satunya dapat dilakukan melalui bidang pendidikan”.

Menurut (Asnawati, 2021), “keberhasilan usaha adalah suatu pola dari keberhasilan bisnis dalam mencapai tujuan. Keberhasilan usaha merupakan suatu hasil dari proses dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha merupakan suatu hasil dari suatu proses yang telah dilakukan perusahaan selama satu tahun yang menggambarkan keadaan berkembang atau tidaknya usaha”.

Berdasarkan pengertian di atas bahwa berhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan dan/atau kegagalan wirausaha dipengaruhi berbagai faktor baik eksternal maupun internal. Faktor internal yang berpengaruh diantaranya adalah kemauan, kemampuan dan kelemahan yang ada pada diri. Sedangkan untuk faktor eksternalnya adalah kesempatan dan peluang bagi usaha yang ditekuni.

2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Sebagai seorang wirausahawan, anda harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usaha anda, bukan usaha orang lain. Disamping itu anda harus menciptakan peluang yang tidak hanya bersifat momentum tetapi benar-benar peluang bisnis. Merujuk skema pendapat (Liswati, 2018), bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor internal yang diantaranya yaitu: kualitas sumber daya manusia, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, tingkat *entrepreneurship*.
2. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi 2 yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah di antaranya: kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu: sistem perekonomian, sosio kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat Pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

2.1.1.3 Faktor Penentu Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan usaha. Istilah ini diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Menurut (Asnawati, 2021), faktor penentu keberhasilan usaha terdiri dari enam faktor yaitu promosi, *branding*, minat berwirausaha, *passion*, jiwa *entrepreneur* dan kekuatan jaringan.

1. Promosi

Promosi memainkan peran yang sangat signifikan dalam kemajuan usaha. Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenai menjadi mengenal dan ketika calon konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenai sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.

2. *Branding*

Branding adalah bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Mereka adalah nama, istilah, tanda , simbol atau desain atau kombinasi dari kesemuannya yang bertujuan untuk mengidentifikasikan suatu barang atau jasa dan akhirnya dapat membedakan diri sendiri dengan yang lainnya.

3. Minat berwirausaha

Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertindak laku.

4. *Passion*

Kewirausahaan dapat ditumbuhkembangkan melalui semangat, gairah ingin berwirausaha, kemampuan mengambil risiko dan kemampuan membaca peluang.

5. Jiwa *entrepreneur*

Seorang wirausahaan tidak hanya menyediakan pekerjaan bagi dirinya sendiri tetapi juga bisa mengurangi tingkat pengangguran di sekitar lingkungannya dengan memperkerjakan orang lain.

6. Jaringan bisnis

Jaringan dapat diartikan dalam bentuk organisasi digunakan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar umat dalam organisasi.

2.1.1.4 Faktor Kegagalan Usaha

Sebagai seorang wirausahawan, anda harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usaha anda, bukan usaha orang lain. Disamping itu anda harus menciptakan peluang yang tidak hanya bersifat momentum tetapi benar-benar peluang bisnis. Menurut (Asnawati, 2021), Adapaun faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha adalah sebagai berikut:

1. Sikap pengusaha

Sikap seorang pelaku usaha yang keras kepala, paranoid. tidak mau berhadapan dengan konflik dan juga risiko perfeksionis dan merasa bahwa dirinya paling benar sendiri sering kali membuat mereka tidak mau menerima ide, saran atau masukan dari orang lain terlebih dari bawahannya.

2. Ketidakmampuan manajemen

Kurangnya kemampuan mengelola usaha atau lemahnya pengambilan keputusan merupakan masalah utama dalam kegagalan usaha.

3. Kurangnya pengalaman

Seorang pelaku usaha atau managernya perlu memiliki pengalaman untuk menjalankan roda usahanya.

4. Kendali keuangan lemah

Kendala ini merupakan salah satu yang paling menyebabkan kegagalan usaha kecil. Sering kali para pelaku usaha mencampurkan rumah tangga dengan pengeluaran untuk usaha.

5. Gagal mengembangkan perencanaan strategis

Kemampuan dalam menyusun rencana strategis sudah pasti tidak dikenal oleh pembisnis usaha namun biasanya mereka secara naluriah mengembangkan strategi alias insting.

6. Pertumbuhan yang tidak terkendali

Pertumbuhan merupakan sesuatu yang alamiah, sehat dan didambakan oleh semua pelaku usaha kecil. Perluasan usaha biasanya memerlukan perubahan dalam semua aspek manajemen tapi perubahan terpenting adalah kemampuan manajerial.

7. Penurunan pasar

Jenis usaha yang berhubungan dengan perubahan teknologi, permintaan pasar serta kompetisi dari perusahaan yang besar dengan daya beli yang besar pula merupakan beberapa jenis usaha yang sangat rentan mengalami penurunan pasar dan mengalami kegagalan.

8. Lokasi usaha yang buruk atau tidak strategis

Untuk jenis usaha apapun, pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu kunci sukses.

2.1.1.5 Indikator Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik daripada keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut (Saryanto, 2018), beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha adalah:

1. Laba/*profitability*

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

2. Produktivitas dan efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi.

3. Daya saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen.

4. Kompetensi dan etika usaha

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

5. Terbangunnya citra baik

Citra baik perusahaan terbagi dua yaitu *trust* internal dan *trust* eksternal. *Trust* internal adalah amanah atau *trust* dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *trust* eksternal adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stakeholder* perusahaan.

2.1.2 Cita Rasa

2.1.2.1 Pengertian Cita Rasa

Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak dipungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner, semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang kuliner semakin ketat juga persaingan para pengusaha. Cita rasa sangat berperan penting, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas.

Menurut (Murakami *et al.*, 2023), “cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut”.

Sedangkan menurut (Hariyanto *et al.*, 2022). “cita rasa merupakan salah satu cara untuk memilih makanan dan minuman yang dibedakan dengan rasa dari makanan ataupun minuman serta dapat dibedakan dari bentuk/penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu”.

Menurut (Wahyuni & Oktavianis, 2019), “cita rasa merupakan hasil dari kerja sama indera manusia lebih tepatnya indera perasa, yang pada umumnya terdapat empat perasa yaitu asin, manis, pahit serta asam. Meski terdapat beberapa jenis rasa yang lainnya seperti gurih, pedas dan sebagainya”.

Menurut (Riyanto, 2022), "cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu".

Cita rasa juga memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam bisnis kuliner. Dengan cita rasa yang khas konsumen akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian (Wahjuni dan Oktavianis, 2023).

Berdasarkan pendapat beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa pengertian dari cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang merupakan hasil dari kerja sama indera manusia lebih tepatnya indera perasa dan dapat dibedakan dari bentuk/penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cita Rasa

Rasa makanan atau minuman biasa disebut dengan istilah tastans. Tastans adalah molekul yang berinteraksi dengan reseptor dalam bintilbintil rasa di lidah manusia untuk memproduksi sensasi rasa yang kemudian diklasifikasikan sebagai manis, asin, asam, dan pahit. Menurut (Adawiyah & Sri, 2022), Rasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

1. Senyawa kimia

Rasa manis yang disebabkan oleh senyawa organik alifatik yang mengandung gugus hidroksi (HO), beberapa asam amino, aldehid dan gisrol.

2. Rasa asin yang dihasilkan oleh garam – garam anorganik, umum NaCl.
Rasa asam yang disebabkan oleh donor proton.
3. Suhu
Suhu mempengaruhi kemampuan kuncup cecepan, sensitifitas akan berkurang bila suhu besar dari 20°C dan lebih kecil dari 30°C dimana akan menimbulkan sedikit perbedaan rasa.
4. Konsentrasi
Threshold merupakan batas konsentrasi terendah terhadap suatu rasa agar bisa masih dirasakan.
5. Interaksi dengan rasa lain
Komponen lain berinteraksi dengan komponen rasa primer yang dapat mengakibatkan peningkatan atau penurunan intensitas rasa

2.1.2.3 Komponen Cita Rasa

Cita rasa sebuah makanan akan berpengaruh pada seseorang dengan identitas darimana makanan tersebut diproduksi. Dengan indikator ciri, bau dan aroma dari cita rasa, konsumen bisa menilai bahwa makanan yang dikonsumsi memiliki ciri tersendiri di setiap daerah. Disamping itu rumah makan harus mempunyai cita rasa yang tinggi pula untuk menarik para konsumen, dengan cara memberikan kualitas yang tinggi terhadap produk (makanan) yang di jual. Menurut (Adawiyah & Sri, 2022), Ada lima komponen untuk cita rasa ini, yaitu :

1. Penampakan (Tampilan)
Tampilan dari hidangan yang disajikan kepada konsumen yang dapat

dilihat oleh indera penglihatan konsumen. Tata letak makanan dan penyusunan beberapa komponen pendukung dalam wadah yang digunakan akan menunjukkan penampakan atau penampilan hidangan yang akan menggugah selera konsumen.

2. Aroma (Bau)

Aroma yang tercampur di udara, umumnya dengan konsentrasi yang sangat rendah, yang manusia terima dengan indra penciuman. Bau yang sangat subyektif serta sulit diukur dari sebuah makanan atau minuman. Dengan kata lain aroma dapat diukur sesuai selera orang masing-masing.

3. Rasa

Rasa adalah tanggapan atas adanya rangsangan kimiawi yang sampai di indera pengecap lidah, khususnya jenis rasa dasar yaitu manis, asin, asam, dan pahit.

4. Tekstur

Tekstur adalah sifat dan keadaan suatu makanan atau minuman bisa dalam keadaan padat, lunak, cair dan lain sebagainya.

5. Suhu (Temperatur)

Temperatur atau suhu dari makanan saat disajikan kepada konsumen. Konsumen menyukai variasi temperature yang didapatkan dari minuman satu dengan lainnya.

2.1.2.4 Penampilan Makanan

pengertian cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta

stimulus yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut. Menurut (Adawiyah & Sri, 2022), Penampilan makanan adalah penampakan yang ditimbulkan oleh makanan yang disajikan, beberapa komponen yang mempengaruhi penampilan meliputi :

1. Warna

Warna makanan memegang peranan utama dalam penampilan makanan. Karena bila warnanya tidak menarik akan mengurangi selera orang yang memakannya. Kadang untuk mendapatkan warna yang diinginkan digunakan zat pewarna yang berasal dari berbagai bahan alam dan buatan.

2. Bentuk makanan

Bentuk makanan juga dapat digunakan untuk menimbulkan ketertarikan dalam menu karena dari bermacam-macam bentuk makanan yang disajikan. Bentuk makanan yang serasi akan memberikan daya tarik tersendiri bagi setiap makanan yang disajikan.

3. Besar porsi

Besar porsi makanan adalah banyaknya makanan yang disajikan, porsi untuk setiap individu berbeda sesuai kebutuhan makan. Porsi yang terlalu besar atau terlalu kecil akan mempengaruhi penampilan makanan. Porsi makanan juga berkaitan dengan perencanaan dan perhitungan penampilan hidangan yang disajikan.

4. Cara penyajian

Cara penyajian makanan adalah perlakuan terakhir dalam penyelenggaraan sebelum dikonsumsi, penyajian makanan meliputi pemilihan alat, cara

penyusunan makanan, dan penghiasan hidangan. Penyajian makanan juga merupakan faktor penentu dalam penampilan hidangan yang disajikan. Cara penyajian makanan ini akan menentukan penampilan makanan, sehingga bila tidak dilakukan dengan baik, maka upaya yang telah dilakukan untuk menyediakan makanan dengan cita rasa yang tinggi tidak akan berhasil.

2.1.2.5 Indikator Cita Rasa

Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas akan menjadi ciri tersendiri bagi konsumen. Menurut (Murakami *et al.*, 2023), mengatakan terdapat beberapa indikator dari cita rasa sendiri yaitu :

1. Bau

Bau merupakan salah satu indikator dari cita rasa makanan maupun minuman yang disebabkan oleh timbulnya sebuah aroma yang mencirikan sebuah makanan ataupun minuman tersebut dan juga dapat mengetahui adanya rasa dari makanan ataupun minuman tersebut.

2. Rasa

Rasa dapat diketahui bisa dikenali dengan terdapat kuncup-cecepan yang letaknya di papilla, di bagian nodula darah jingga tepatnya pada lidah manusia. Anak kuncup-kuncup perasa letaknya di bagian faring, dan pelata pada bagian langit-langit yang lunak dan keras serta terletak juga di bagian lidah manusia.

3. Rangsangan mulut

Rangsangan mulut merupakan suatu perasaan yang akan timbul ketika menelan sesuatu baik itu makanan ataupun minuman yang sifatnya dapat merangsang syaraf-syaraf dari indera perasa yang tempatnya ada di bawah kulit wajah, gigi dan juga lidah manusia. Dalam hal ini cita rasa juga dapat dipengaruhi dari keadaan tekstur bahan pembuatan makanan atau minuman, apabila suatu bahan dapat menciptakan adanya bau dan juga rasa yang ditimbulkan maka akan mempengaruhi suatu rangsangan pada sel reseptor olfaktori atau yang biasa disebut dengan kelenjar air liur.

2.1.3 Inovasi

2.1.3.1 Pengertian Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut (Wahyuni, 2022), “Inovasi adalah sebagai kemampuan organisasi mengadopsi dan mengimplementasi ide, produk, proses atau perilaku baru.”

Menurut (Sutiah, 2018), “Inovasi adalah memperkenalkan ide baru, barang baru, pelayanan baru dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat.” Menurut (Mursid *et al.*, 2019), “Inovasi merupakan cara berpikir yang menciptakan sesuatu yang

benar-benar baru, seperti penemuan atau bisa juga mengacu pada perubahan atau perbaikan terhadap sesuatu yang sudah ada.”

Menurut (Noperman, 2022), “Inovasi adalah kegiatan mengubah ide-ide kreatif yang tidak nyata itu menjadi aksi atau produk nyata. Ide-ide yang dapat ditindaklanjuti menjadi inovasi.” Menurut (Fauzan *et al.*, 2023), “Inovasi adalah pembaharuan dalam produk dan layanan yang menghasilkan nilai tambah bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan omzet perusahaan”.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan representasi dari ketidakberlanjutan kondisi dimasa lalu. Ketidakberlanjutan ini menjadi karakteristik yang membedakan inovasi dari perubahan karena perubahan merepresentasikan sebuah pecahan dari konfigurasi pelayanan sebelum atau pada saat tersebut dan atau kemampuan profesionalnya.

2.1.3.2 Jenis-jenis Inovasi

Inovasi tidak hanya berurusan dengan pengetahuan baru dan cara-cara baru, tetapi juga dengan nilai-nilai, karena harus bisa membawa hasil yang lebih baik, jadi selain melibatkan iptek baru, inovasi juga melibatkan cara pandang dan perubahan sosial. Menurut (Fauzan *et al.*, 2023), jenis-jenis inovasi adalah:

1. Inovasi produk

Mencakup pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada.

2. Inovasi proses

Inovasi dalam cara suatu produk dibuat atau layanan disampaikan. Ini dapat mengurangi biaya produksi atau waktu pengiriman.

3. Inovasi layanan

Pengenalan layanan baru atau cara yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

4. Inovasi model bisnis

Membuat model bisnis baru yang mengganggu atau menciptakan cara yang lebih efisien untuk mencapai tujuan bisnis.

2.1.3.3 Strategi Inovasi

Strategi inovasi produk dapat bervariasi tergantung pada tujuan dan kebutuhan perusahaan. Menurut (Darsana & Yuniawan, 2023), Beberapa strategi inovasi produk yang relevan dan mudah dilakukan:

1. Pengembangan produk baru

Pengembangan produk baru dilakukan dengan beberapa tahapan yang dimulai dari identifikasi peluang, riset pasar dan kebutuhan konsumen, pembentukan tim pengembangan, pengumpulan ide, evaluasi ide, pengembangan konsep, pembuatan prototipe, uji coba produk, perencanaan produksi, peluncuran produk, evaluasi dan perbaikan dan pengembangan.

2. Penyempurnaan produk yang tersedia

Penyempurnaan produk yang tersedia merupakan suatu cara yang efektif untuk memastikan produk perusahaan.

2.1.3.4 Manfaat Inovasi

Mengembangkan produk terbaru membantu perusahaan meningkatkan daya saing dan secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan. Menurut (Darsana & Yuniawan, 2023), manfaat inovasi adalah:

1. Manfaat bagi perusahaan
 - a. Meningkatkan nilai jual produk dengan menambahkan fitur baru, meningkatkan kualitas atau mengurangi biaya produksi.
 - b. Meningkatkan keunggulan kompetitif dengan menciptakan produk yang unik dan berbeda dari pesaing.
 - c. Meningkatkan kinerja pemasaran dengan menciptakan produk yang menarik bagi konsumen.
2. Manfaat bagi konsumen
 - a. Memenuhi kebutuhan konsumen
 - b. Meningkatkan kualitas produk
 - c. Menawarkan pilihan dengan menambahkan fitur baru atau variasi produk yang sudah ada.

2.1.3.5 Indikator Inovasi

Cepat atau lambat penerimaan inovasi oleh konsumen sangat tergantung pada indikator inovasi itu sendiri. Menurut (Wahyuni, 2022), “Beberapa aspek penting dalam merumuskan strategi inovasi ditunjang oleh beberapa hal berikut :

1. Cenderung mengenai lebih banyak produk inovatif
2. Cenderung melakukan modifikasi produk
3. Kepemilikan kapasitas mendesain produk unik dan bermanfaat bagi

pelanggan

4. Peluncuran produk yang dianggap baru oleh pelanggan.

2.1.4 Kreativitas

2.1.4.1 Pengertian Kreativitas

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

Menurut (Widodo, 2017), “Kreativitas wirausaha merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.” (Waruwu *et al.*, 2022) “Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang.” Menurut (Widyasari, 2023), “Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dan merupakan kombinasi dari beberapa data atau informasi yang diperoleh sebelumnya dan terwujud dalam gagasan atau karya nyata”.

Menurut (Yuandana, 2023), “Kreativitas adalah suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan proses, metode ataupun produk baru yang

efektif bersifat imajinatif, estetis, fleksibel, integrasi, suksesi, diskontinuitas dan diferensiasi yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah”.

Menurut (Ihsan & Godal, 2023), “Kreativitas adalah kemampuan meraih hasil-hasil yang variatif dan baru serta memungkinkan untuk diaplikasikan baik dalam bidang keilmuan, kesenian, kesusastraan maupun bidang kehidupan lain yang bisa diterima oleh komunitas tertentu atau bisa diakui oleh mereka sebagai sesuatu yang bermanfaat”.

Berdasarkan definisi kreativitas menurut para ahli diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, fleksibel, suksesi, dan diskontinuitas, yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah. Jadi kreativitas merupakan bagian dari usaha seseorang. Kreativitas akan menjadi seni ketika seseorang melakukan kegiatan. Dari pemikiran yang sederhana itu, penulis melakukan semua aktivitas yang bertujuan untuk memacu atau menggali kreativitas.

2.1.4.2 Strategi Pengembangan Kreativitas

Produk itu sendiri sangat beragam, mulai dari penemuan mekanis, proses kimia baru, solusi baru atau pernyataan baru mengenai sesuatu masalah dalam matematika dan ilmu pengetahuan; komposisi musik yang segar, puisi cerita pendek atau novel yang menggugah yang belum pernah ditulis sebelumnya; lukisan dengan sudut pandang yang baru; seni patung atau potografi yang belum

ada sebelumnya; sampai dengan terobosan dalam aturan hukum, agama, pandangan filsafat atau pola perilaku baru. Menurut (Waruwu *et al.*, 2022), Pengembangan kreativitas dengan pendekatan 4P yaitu:

1. Pribadi

Kreativitas adalah ungkapan keunikan individu dalam interaksi dengan lingkungan.

2. Pendorong

Untuk mewujudkan bakat kreatif diperlukan dorongan dan dukungan dari lingkungan.

3. Proses

Untuk mengembangkan kreativitas, perlu diberi kesempatan untuk bersibuk secara aktif.

4. Produk

Kondisi yang memungkinkan seseorang menciptakan produk kreatif yang bermakna adalah kondisi pribadi dan lingkungan yaitu sejauh mana keduanya mendorong seseorang untuk melibatkan dirinya dalam proses.

2.1.4.3 Pentingnya Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditandai oleh suksesi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara tahap perkembangan. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau daya cipta. Sebagai

seorang wirausaha kreativitas ini adalah modal yang sangat penting. Menurut (Noperman, 2022), Kreativitas menjadi sangat penting karena:

1. Wirausaha yang kreatif dan mengali lebih jauh lagi untuk dapat meluncurkan produk yang belum pernah dibuat dipasar.
2. Dengan menjadi manusia kreatif, anda bukanlah peniru melainkan pemimpin dan pembuat new.
3. First mover advantage. Dengan menjadi manusia kreatif. anda akan memiliki keunggulan sebagai penggerak pertama penemu pertama yang memunculkan utama yang merintis akan menjadi pemimpin dan selalu siap dengan ide-ide baru dan terukut untuk melanjutkan langkah pasti kedepannya.
4. Persaingan akan membuat jalan yang dilalui wirausaha akan menjadi semakin sempit dan banyak jalan yang semula terbuka lebar akan ditutup oleh pesaing-pesaing baru.
5. Resiko adalah bagian dari kehidupan berwirausaha. resiko merujuk pada aspek keuangan yang mematikan usaha yang tidak bisa diatasi bahkan dapat merusak reputasi dan kepercayaan terhadap diri anda.

2.1.4.4 Berpikir Kreatif

Kreativitas adalah ungkapan (ekspresi) dari keunikan individu dalam interaksi dengan lingkungannya. Ungkapan kreatif ialah yang mencerminkan orisinalitas dari individu tersebut. Menurut Rostikawati (2021), Berpikir kreatif harus memenuhi tiga syarat sebagai berikut:

1. Melibatkan respon atau gagasan yang baru atau yang secara statistik sangat jarang terjadi. tetapi kebaruan tidak cukup tetapi juga dapat dilaksanakan dan bermanfaat.
2. Memecahkan persoalan secara realistis
Merupakan usaha untuk mempertahankan *in-sight* yang orisinal, menilai dan mengembangkannya sebaik mungkin.

2.1.4.5 Indikator Kreativitas

Bakat kreatif dapat berkembang dalam lingkungan yang mendukung tetapi dapat pula terhambat dalam lingkungan yang tidak menunjang. Di dalam keluarga, di sekolah, di dalam lingkungan pekerjaan maupun di dalam masyarakat harus ada penghargaan dan dukungan terhadap sikap dan perilaku kreatif individu atau kelompok individu. Menurut (Widodo, 2017) Kreativitas wirausaha dapat diukur terdiri dari:

1. Menciptakan
Menciptakan adalah proses membuat sesuatu dari tidak ada menjadi ada.
2. Memodifikasi sesuatu
Dalam memodifikasi sesuatu orang mencari cara-cara membentuk fungsi-fungsi baru atau menjadikan sesuatu menjadi berbeda penggunaannya oleh orang lain.
3. Mengkombinasikan
Mengkombinasikan dua hal atau lebih yang sebelumnya tidak saling berhubungan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian ini adalah:

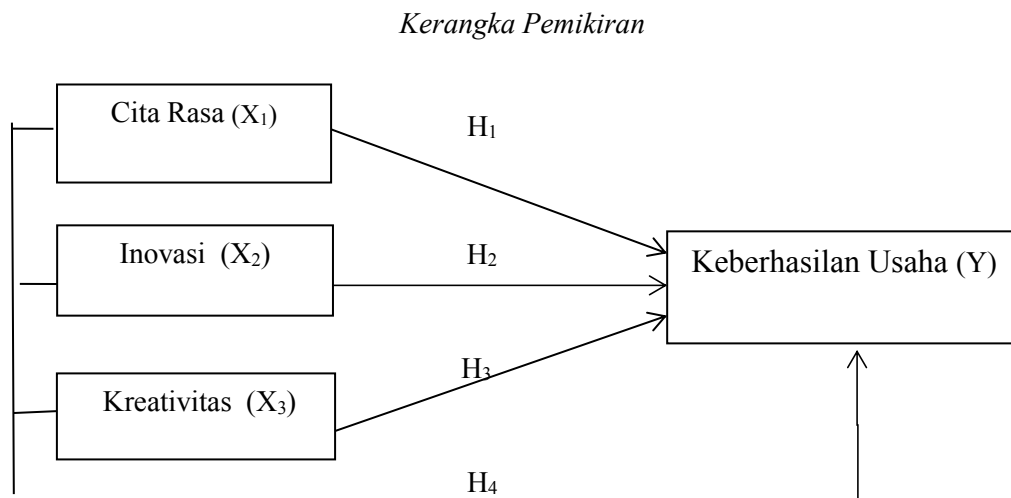
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

<i>Penelitian Terdahulu</i>				
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Bakti <i>et al.</i> , 2019) International Research Journal of Business Studies Vol. X No.1 ISSN: 2089-6271 e-ISSN: 2338-4565 (Sinta 2) Jakarta	<i>The Influence of Innovation and Entrepreneurial Self-Efficacy to Digital Startup Success</i>	Variabel bebas Inovasi <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> Variabel terikat Keberhasilan Usaha	Berdasarkan hasil pengujian bahwa secara parsial dan simultan inovasi dan <i>entrepreneurial self-efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2.	(Ausat <i>et al.</i> , 2022) Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura Vol. 24, No. 3 DOI 10.14414/jebav.v24i3.2809. (Sinta 2) Blitar	<i>The Effect of Intellectual Capital and Innovative Work Behavior on Business Performance</i>	Variabel bebas <i>Intellectual Capital</i> <i>Innovative work behavior</i> Variabel terikat Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian ini membuktikan <i>intellectual capital</i> dan <i>innovative work behavior</i> memiliki efek positif dan signifikan terhadap <i>business performance</i> . <i>Intellectual capital</i> dapat digunakan UKM untuk menciptakan kinerja yang diharapkan.
3.	(Atrup <i>et al.</i> , 2023) Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran Vol. 9, No. 2 E-ISSN: 2442-7667 (Sinta 3) Tanjungpura	<i>The Effect of Entrepreneurship Education and Creativity on Students' Entrepreneurial Intention : The Perspective of Effectuation and Cognitive Flexibility Theory</i>	Variabel Bebas <i>Creativity; Education; Entrepreneurship ; Intentions; Effectuation; Cognitive Flexibility Theory</i> Variabel Terikat Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Creativity; Education; Entrepreneurship; Intentions; Effectuation; Cognitive Flexibility Theory</i> berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	(Parnanto & Atmaka, 2010) Jurnal Teknologi Hasil Pertanian, Vol. III, No. 1 (Sinta 2) Sumatera Selatan	Diversifikasi Dan Karakterisasi Citarasa Bakso Ikan Tenggiri (Scomberomus commerson) Dengan Penambahan Asap Cair Tempurung Kelapa	Variabel bebas Asap Cair, Bakso Ikan, Cita Rasa. Variabel terikat Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa asap cair, bakso ikan, cita rasa berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
5.	(Sutejo <i>et al.</i> , 2022)	The Role of E-Commerce in Increasing MSME Income in the Covid 19 Pandemic (Survey on MSME in Medan City)	Variabel bebas <i>Interface, Navigation, Content, Realibility and Technical</i> Variabel terikat Pendapatan UMKM	Hasil penelitian bahwa <i>interface dan Realibility</i> berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dan <i>navigation, content dan technical</i> tidak berpengaruh.
6.	(Maryam <i>et al.</i> , 2021) INSIGHT : Indonesian Journal of Social Studies and Humanities Vol.1, No. 2 (Sinta 2) Palmerah	Kreativitas, Inovasi, dan Keberhasilan usaha: Studi kasus pada Usaha Kuliner Tradisional Japa di Masa Pandemi Covid 19	Variabel bebas Kreativitas, Inovasi Variabel terikat Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha..

2.3 Kerangka Konseptual

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

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

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

- H_1 : Cita Rasa berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung
- H_2 : Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung
- H_3 : Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung
- H_4 : Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Penelitian berlokasi di UMKM Kecamatan Medan Tembung.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Februari 2023 sampai dengan bulan April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Data merupakan sekumpulan karakter (angka atau deskripsi) yang dikumpulkan dan diolah untuk berbagai macam tujuan, termasuk analisis. Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), data terbagi dua jenis yaitu

1. Data kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata dengan mengkategorisasikan sifat atau karakteristik objek dan tidak dapat diukur besar kecilnya.
2. Data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan dapat diukur besar kecilnya

3.2.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sebagai bahan sumber untuk menyusun suatu pendapat, keterangan yang benar, dan keterangan atau bahan yang dipakai untuk penalaran dan penyelidikan. Terdapat dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu :

1. Data primer

Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), “Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama.” Data primer yang digunakan adalah wawancara kepada responden dan kuesioner penelitian.

2. Data sekunder

Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), “Data sekunder dapat berasal dari buku, artikel, majalah, pustaka lain yang merupakan ulasan dari pihak selain narasumber pertama.” Data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah data dokumentasi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022),” Populasi adalah

keseluruhan kelompok dari mana sampel diambil.” Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM Kecamatan Medan Tembung yang berjumlah 292 UMKM.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), “Sampel adalah sebagian dari populasi.” Rumus slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Tingkat toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel (5%).

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{292}{1 + (292)(0.05)^2}$$

$$n = 169,78$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 292 UMKM Medan Tembung dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 169 UMKM Medan Tembung.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini adapun penjelasan setiap variabel bebas maupun terikat dalam operasional variabel penelitian yakni:

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi, dan dapat menerapkan secara produktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usaha yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya. (Saryanto, 2018)	1. Laba/profitability 2. Produktivitas dan efisiensi 3. Daya saing 4. Komptensi dan etika usaha (Saryanto, 2018)	Skala <i>Likert</i>
Cita Rasa (X ₁)	Cita rasa adalah suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang dapat berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian dirasakan oleh mulut.	1. Bau 2. Rasa 3. Rangsangan mulut (Murakami <i>et al.</i> , 2023)	Skala <i>Likert</i>

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
Inovasi (X ₂)	(Murakami <i>et al.</i> , 2023) Inovasi adalah sebagai kemampuan organisasi mengadopsi dan mengimplementasi ide, produk, proses atau perilaku baru. (Wahyuni, 2022)	1. Cenderung mengenai lebih banyak produk inovatif 2. Cenderung melakukan modifikasi produk 3. Kepemilikan kapasitas mendesain produk unik dan bermanfaat bagi pelanggan 4. Peluncuran produk yang dianggap baru oleh pelanggan (Wahyuni, 2022)	Skala Likert
Kreativitas (X ₃)	Kreativitas wirausaha merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. (Widodo, 2017)	1. Menciptakan 2. Memodifikasi sesuatu 3. Mengkombinasikan (Widodo, 2017)	Skala Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian terpenting dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data. Pemilihan teknik pengumpulan data yang benar membantu peneliti untuk mendapatkan hasil yang sesuai standar. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data :

1. Kuesioner (angket).

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), “Angket adalah suatu bentuk instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian yang bersifat kuantitatif. Angket adalah angket yang tersusun secara sistematis sehingga pengambilan data dapat terjadi secara signifikan.” Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden penelitian. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh lokasi dan media sosial digunakan skala tingkat (likert) dengan keterangan sebagai berikut:

Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS), Skor 4 untuk jawaban Setuju (S), Skor 3 untuk jawaban Netral (N), Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

2. Wawancara

Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber informasi. Dalam wawancara sudah disiapkan berbagai macam pertanyaan-pertanyaan tetapi muncul berbagai pertanyaan lain saat meneliti. Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), “Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui dua pihak.” Wawancara dilakukan kepada responden penelitian.

3. Studi dokumentasi

Penggunaan dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Menurut (Evanirosa *et al.*, 2022), “Studi dokumen yang dimaksud bukan hanya referensi berbentuk karya tulis seperti buku, majalah, artikel, laporan kegiatan dan lain-lain, tetapi juga berbentuk foto atau dokumentasi.” Studi dokumentasi yang digunakan berupa buku, jurnal dan data perusahaan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Item dikatakan valid jika adanya korelasi dengan skor totalnya. Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Menurut (Priyatno, 2018), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Teknik uji validitas item dengan korelasi *person*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor idengan skor total *item* tiap variabel, kemudian pengujian signfiikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan *r* tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan r hitung $> r$ tabel, item dapat dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel, item dapat dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Menurut (Priyatno, 2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajekan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0.6. Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

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

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data. Menurut (Priyatno, 2018), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Beberapa metode uji normalitas, yaitu dengan melihat

penyebaran data pada sumbu diagonal pada *Normal PP regression standardized residual* atau dengan uji *one Kolmogorov smirnov*. Berikut pembahasannya:

1. Metode grafik

Uji normalitas dengan metode grafik, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot of regression standardized residual. Sebagai dasar pengambilan keputusan. Jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, nilai residual tersebut telah normal.

2. Metode *one sample Kolmogorov smirnov*

Uji *one sample Kolmogorov smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform atau exponential. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Menurut (Priyatno, 2018), multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan, yaitu dengan melihat nilai *tolerance* dan *Inflation Factor*(VIF) pada model regresi. Berikut pembahasannya adalah untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari

multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1..

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Menurut (Priyatno, 2018), heteroskedastisitas adalah keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas, yaitu dengan uji *glejser* dan dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Dasar pengambilan keputusan, yaitu:

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

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh (positif atau negatif) dan seberapa besar pengaruhnya serta memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Menurut (Priyatno, 2018), analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Keberhasilan Usaha (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	Cita Rasa (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	Inovasi (<i>independent variable</i>)
X ₃	=	Kreativitas (<i>independent variable</i>)
α	=	konstanta
β_1	=	koefisien untuk variabel Cita Rasa
β_2	=	koefisien untuk variabel Inovasi
β_3	=	koefisien untuk variabel Kreativitas
e	=	persentase kesalahan (5%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu variabel independen secara parsial terhadap variasi variabel dependen. Menurut (Priyatno, 2018), uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

Merumuskan hipotesis

1. Ho : Tidak terdapat secara parsial pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Martabak Denai 2, Medan Tembung.
2. Ha : Terdapat secara parsial pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Martabak Denai 2, Medan Tembung.

Kriteria pengujian

Jika - $t_{hitung} \geq - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika - $t_{hitung} < - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi

Berdasarkan signifikansi, jika signifikansi $\leq 0,05$, H_0 ditolak dan jika signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima.

3.9.2 Uji F (Uji Secara Serempak)

Uji F atau uji simultan ini pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikan-nya. Menurut (Priyatno, 2018), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel bebas. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0.05:

1. Ho : Tidak terdapat secara simultan pengaruh cita rasa, inovasi dan

keaktivitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Martabak Denai
2, Medan Tembung.

2. Ha : Terdapat secara simultan pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Martabak Denai
2, Medan Tembung.

Merumuskan hipotesis

1. Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

2. Pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi

Berdasarkan signifikansi, jika signifikansi $\leq 0,05$, H_0 ditolak dan jika signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima.

3.

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut(Ghozali, 2009), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun

waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah basis terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka koefisien determinasi pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat UMKM di Kecamatan Medan Tembung

Banyaknya usaha seputar kuliner adalah turun temurun atau usaha keluarga. UMKM Kecamatan Medan Tembung masih memiliki kekentalan dalam indonesia terlihat dari banyaknya makanan halal yang di jual. Ramainya ketika mulai dari jam 16.00 menciptakan Kecamatan Medan Tembung menjadi tempat kuliner. Dalam kegiatan pemasaran kuliner di Kecamatan Medan Tembung terdapat menjual makanan halal, berbagai minuman, rujak, *bakery*, martabak, nasi goreng dan sebagainya. UMKM Kecamatan Medan Tembung tergolong lengkap ketika ingin kuliner makanan halal dan penawaran harga yang ditawarkan bervariasi. Semakin berkembang UMKM Kecamatan Medan Tembung Medan penawaran makanan dan minuman pun beraneka ragam yang dapat memenuhi keinginan dari konsumen dan sesuai dengan perkembangan pasar saat ini.

4.1.2 Karakteristik Responden

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sampel penelitian berjumlah 169 responden. Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan usia responden adalah:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*

Usia	Jumlah Konsumen	Persentase
<20-30 Tahun	68	40%
31-40 Tahun	55	33%
> 40 Tahun	46	27%
Total	169	100%

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.1. UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang berusia <20-30 tahun sebanyak 68 responden (40%), UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang berusia 31-40 tahun sebanyak 55 responden (33%) dan berusia >40 tahun sebanyak 46 responden (27%). Mayoritas UMKM di Kecamatan Medan Tembung berusia <20-30 tahun.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin responden adalah:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	Jumlah Konsumen	Persentase
Laki-laki	78	46%
Perempuan	91	54%
Total	169	100%

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.2. UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 78 responden (46%) dan UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 91 responden (54%). Mayoritas UMKM di Kecamatan Medan Tembung berjenis kelamin perempuan.

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan lama usaha responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah Konsumen	Persentase
1-3 tahun	76	45%
>3 tahun	93	55%
Total	169	100%

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.3. UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang memiliki lama usaha 1-3 tahun sebanyak 76 responden (45%) dan UMKM di Kecamatan Medan Tembung yang memiliki lama usaha >3 tahun sebanyak 93 responden (55%). Mayoritas UMKM di Kecamatan Medan Tembung memiliki lama usaha >3 tahun

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.3.1 Uji Validitas

Item dikatakan valid jika adanya korelasi dengan skor totalnya. Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Menurut Priyatno (2018), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Teknik uji validitas item dengan korelasi *person*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor *i* dengan skor total *item* tiap variabel, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan *r* tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan r hitung $> r$ tabel, item dapat dinyatakan valid.

2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, item dapat dinyatakan tidak valid.

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

Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Cita Rasa (X_1)

Hasil Uji Validitas untuk Variabel Cita Rasa (X_1)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	UMKM menyediakan makanan yang mempunyai aroma yang sangat menggugah selera.	0.626	0.361	Valid
2.	UMKM memastikan makanan mempunyai aroma yang bertahan lama walaupun dalam kemasan.	0.969	0.361	Valid
3.	UMKM menawarkan makanan yang mempunyai rasa yang sangat nikmat di lidah.	0.949	0.361	Valid
4.	UMKM menawarkan menu yang disajikan menggunakan bahan baku yang pas sehingga terasa sangat nikmat	0.970	0.361	Valid
5.	UMKM memastikan tingkat kematangan yang sangat sesuai dengan keinginan konsumen	0.972	0.361	Valid
6.	UMKM menawarkan tampilan yang sangat menggugah selera.	0.968	0.361	Valid

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel cita rasa (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel cita rasa (X_1) dinyatakan valid.

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

Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Inovasi (X₂)

Hasil Uji Validitas untuk Inovasi (X₂)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Menu yang selalu di kreasikan dari berbagai variasi	0.571	0.361	Valid
2.	UMKM dapat mengembangkan berbagai varian menu yang lagi <i>hits</i> .	0.835	0.361	Valid
3.	UMKM dapat rutin melakukan modifikasi rasa makanan agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya.	0.863	0.361	Valid
4.	Para UMKM penampilan makanan dengan bentuk yang sangat elegan dan pilihan warna yang sangat menarik	0.836	0.361	Valid
5.	Makanan yang disajikan sesuaikan dengan harga yang ditawarkan.	0.826	0.361	Valid
6.	Inovasi atau ide konsep yang diberikan dapat diterima oleh konsumen.	0.513	0.361	Valid
7.	UMKM dapat melakukan pembaharuan terhadap menu Vegan.	0.424	0.361	Valid
8.	Walaupun melakukan inovas, para UMKM tetap mempunyai ciri khas.	0.676	0.361	Valid

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Inovasi (X₂) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel inovasi (X₂) dinyatakan valid.

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

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kreativitas (X_3)*Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kreativitas (X_3)*

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	UMKM menciptakan varian menu yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan menu UMKM yang lain.	0.557	0.361	Valid
2.	UMKM dapat menciptakan varian menu sesuai dengan harga pasar dan lebih terjangkau oleh konsumen secara luas.	0.878	0.361	Valid
3.	UMKM dapat mengubah menu yang bahan dasar mengandung minyak hewani menjadi menu tanpa minyak hewani dengan rasa yang tetap enak.	0.827	0.361	Valid
4.	UMKM dapat melakukan pengubahan atau pencampuran varian terhadap menu buah agar kelihatan lebih sehat.	0.916	0.361	Valid
5.	UMKM melakukan tindakan kreatif dengan mengkombinasikan berbagai pelengkap makanan	0.921	0.361	Valid
6.	UMKM melakukan kombinasi dengan menggunakan bahan-bahan yang premium sehingga menciptakan rasa yang khas.	0.585	0.361	Valid

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.6. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel kreativitas (X_3) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel kreativitas (X_3) dinyatakan valid.

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

Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Hasil Uji Validitas untuk Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Sejak melakukan perubahan dengan penemuan menu yang baru yang berbeda dan unik dapat mendorong peningkatan penjualan para UMKM	0.820	0.361	Valid
2.	Keuntungan yang didapat para UMKM dapat diprediksikan oleh penjual.	0.615	0.361	Valid
3.	UMKM yang bekerja dengan sangat cepat walaupun banyaknya pesanan.	0.776	0.361	Valid
4.	Untuk melakukan efisiensi waktu dan memudahkan konsumen, UMKM bergabung dengan penjualan <i>online</i> seperti Gofood, Gojek dan Shopeefood.	0.760	0.361	Valid
5.	Dengan mempunyai menu yang berbeda dan unik membuat UMKM mempunyai ciri khas tersendiri..	0.800	0.361	Valid
6.	Harga yang murah, rasa yang unik dan tampilan yang menarik dapat membuat konsumen untuk kembali membeli.	0.769	0.361	Valid
7.	Para UMKM dengan jujur mencantumkan bahan-bahan yang digunakan agar konsumen tidak ragu untuk membeli .	0.652	0.361	Valid
8.	UMKM menggunakan Bahasa yang sopan dalam berkomunikasi atau melayani konsumen	0.627	0.361	Valid

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

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

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajekan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0.6 Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

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

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

Tabel 4.8. Uji Reliabilitas

Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Cita rasa	0.958	6	Reliabel
Inovasi	0.835	8	Reliabel
Kreativitas	0.876	6	Reliabel
Keberhasilan Usaha	0.846	8	Reliabel

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

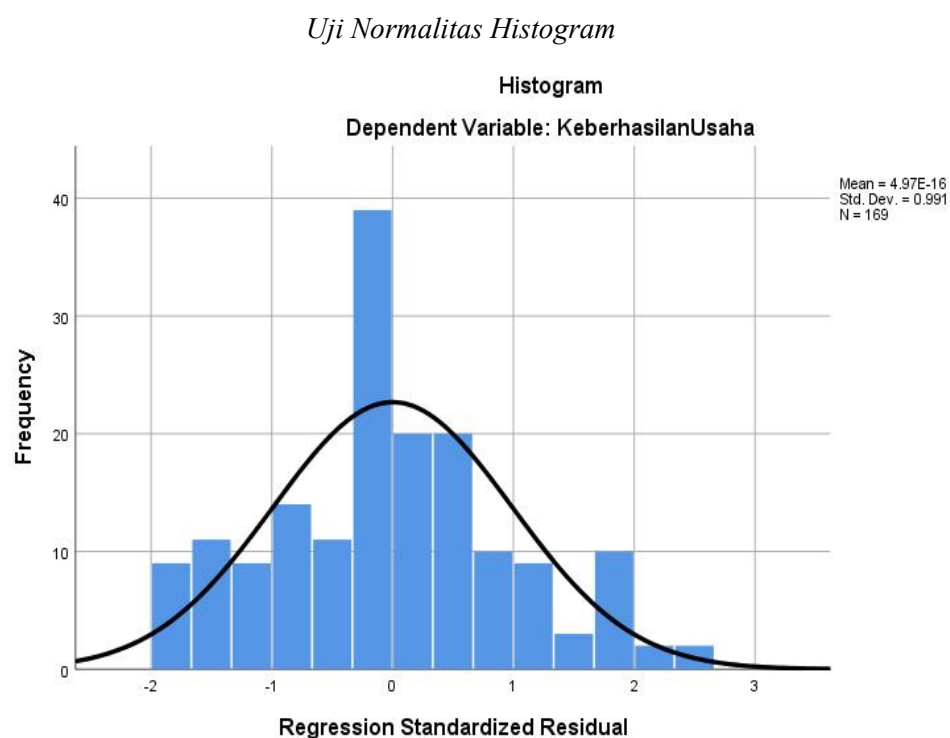
Tabel 4.8. Hasil di atas menunjukan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.958 bahwa variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas dapat diterima.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

4.1.4.1 Uji Normalitas

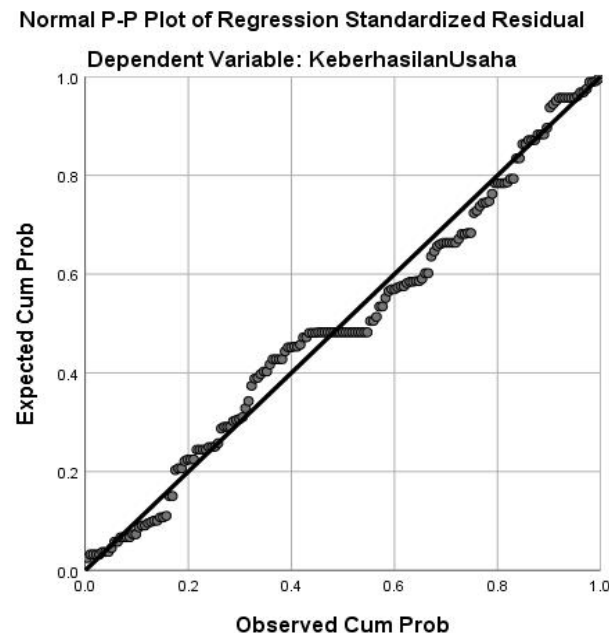
Menurut Priyatno (2018), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. .

Gambar 4.1. Uji Normalitas Histogram



Gambar 4.1. menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Gambar 4.2. Uji Normal P-P Plot
Uji Normal P-P Plot



Gambar 4.2. Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Dalam *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

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

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.13.berikut ini :

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Sig	Kriteria	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.053	> 0.05	Berdistribusi Normal

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.9 menunjukkan nilai signifikan $0,053 > 0,05$. Dengan demikian dari hasil tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

4.1.4.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2018), multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1..

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

Hasil perhitungan multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.14.berikut ini :

Tabel 4.10. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
CitaRasa	$0.531 > 0.1$	$1.884 < 10$	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Inovasi	$0.571 > 0.1$	$1.752 < 10$	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kreativitas	$0.590 > 0.1$	$1.695 < 10$	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

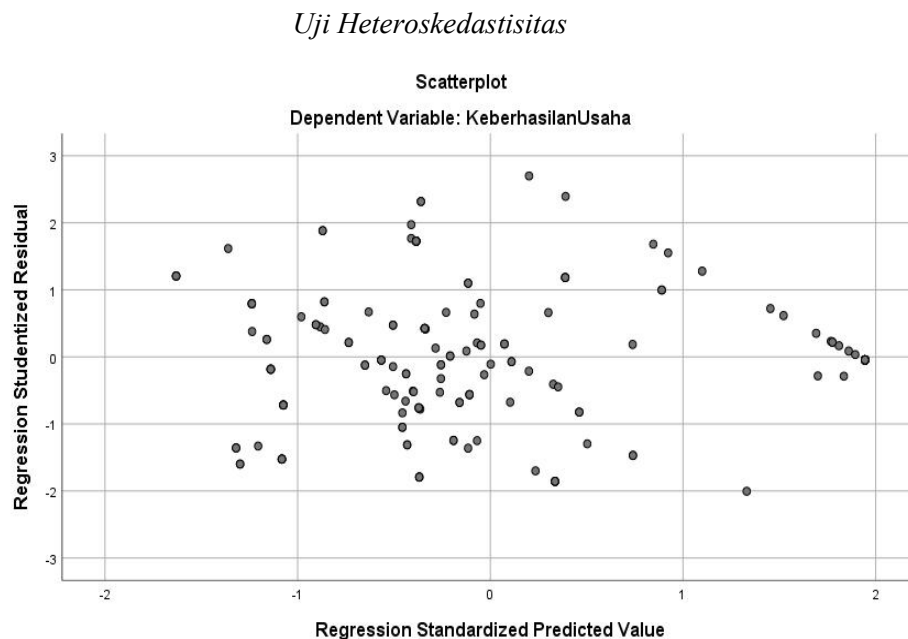
Tabel 4.10. menunjukkan masing-masing variabel bebas $> 0,01$, sedangkan nilai VIF variabel bebas < 10 . Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas, yaitu dengan uji *glejser* dan dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi:

Gambar 4.3. Uji Heteoskedastisitas



Gambar 4.3. .menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linear berganda. Persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	=	Keberhasilan Usaha (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	Cita Rasa (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	Inovasi (<i>independent variable</i>)
X ₃	=	Kreativitas (<i>independent variable</i>)
α	=	konstanta
β ₁	=	koefisien untuk variabel Cita Rasa
β ₂	=	koefisien untuk variabel Inovasi
β ₃	=	koefisien untuk variabel Kreativitas
e	=	persentase kesalahan (5%)

Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 4.11 Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.520	1.347
CitaRasa	.280	.072
Inovasi	.639	.060
Kreativitas	.191	.075

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Keberhasilan Usaha =

$$0.520 + 0.280 \text{ Cita Rasa} + 0.639 \text{ Inovasi} + 0.191 \text{ Kreativitas} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah :

1. Konstanta sebesar 0.520

Apabila cita rasa, inovasi dan kreativitas sama dengan nol maka keberhasilan usaha sebesar 0.520 satuan.

2. Koefisien regresi untuk cita rasa sebesar 0.280

Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel cita rasa maka keberhasilan usaha sebesar 0.280 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

3. Koefisien regresi untuk inovasi sebesar 0.639

Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel inovasi maka keberhasilan usaha sebesar 0.639 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

4. Koefisien regresi untuk kreativitas sebesar 0.191

Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel kreativitas maka keberhasilan usaha sebesar 0.191 satuan dengan anggapan variabel lain tetap.

4.1.6 Pengujian Hipotesis

4.1.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Menurut Sujarweni (2019), Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan ketentuan:

1. $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$ Tidak terdapat secara parsial pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
2. $H_a: b_1 = b_2 = b_3 \neq 0$ Terdapat secara parsial pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t adalah :

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

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Model	t	Sig
Cita Rasa	3.871	.000
Inovasi	10.649	.000
Kreativitas	2.530	.012

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.12. menunjukkan nilai t_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas $df=n-k = 169-3= 166$ adalah sebesar 1.97436. Hasil dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (3.871 $>$ t_{tabel} (1.97436) dan signifikan $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
2. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (10.649 $>$ t_{tabel} (1.97436) dan signifikan $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
3. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (2.530 $>$ t_{tabel} (1.97436) dan signifikan $0.012 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

artinya secara parsial kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung

4.1.6.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel bebas. Dengan ketentuan:

1. $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$ Tidak terdapat secara serempak pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
2. $H_a: b_1 = b_2 = b_3 \neq 0$ Terdapat secara serempak pengaruh cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

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

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

Tabel 4.13. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Model	df	F	Sig.
1 Regression	3	133.781	.000 ^b
Residual	165		
Total	168		

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.13. bahwa nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikansi 0.05 pada $df_1 = 2$ dan $df_2 = 165$ adalah 3.07. Hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} (133.781) $> F_{\text{tabel}}$ (2.66) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan cita rasa, inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.

4.1.7 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Menurut Sujarweni (2019), Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) merupakan suatu ukuran terpenting dalam regresi. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 . Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi

Model	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	.709	.703

Sumber: : Hasil Olah Data, 2024

Tabel 4.14. bahwa *adjusted R Square* adalah sebesar 0.703 berarti cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung. sebesar 70.3% dan sisanya 29.7% ($100 - 0.703$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti harga, kualitas makanan, kemasan dan sebagainya.

4.1.8 Kontribusi Variabel

Variabel cita rasa, inovasi dan kreativitas tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Selain uji *adjusted R square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing – masing dari variabel cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha. Berikut pengujiannya:

Tabel 4.15 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

<i>Hasil Peran Dominan Variabel Bebas</i>			
Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasi (X2)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Cita Rasa (X1)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
3.	Kreativitas (X3)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
 Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari hasil pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel inovasi memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap keberhasilan usaha karena posisinya yang berada di urutan paling atas setelah variabel cita rasa dan kreativitas. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing – masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha . Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.16 Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi
Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi

Variabel	<i>Standardized Coefficients</i> Beta	Koefisien Korelasi
Cita Rasa	0.223	0.668
Inovasi	0.592	0.805
Kreativitas	0.138	0.598

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil tersebut, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Variabel X} = \text{Koefisien Standardized} \times \text{Koefisien Korelasi}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari cita rasa, inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha:

1. Kontribusi cita rasa $= 0.223 \times 0.668 = 0.148964$
2. Kontribusi inovasi $= 0.592 \times 0.805 = 0.476560$
3. Kontribusi kreativitas $= 0.138 \times 0.598 = 0.082524$
4. Kontribusi secara simultan $= 0.148964 + 0.476560 + 0.082524$
 $= 0.708$ adalah sama dengan besarnya R^2

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi cita rasa terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0.148964, ini artinya secara parsial cita rasa mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha sebesar 14,90%.

2. Besarnya kontribusi inovasi terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0.476560, ini artinya secara parsial inovasi mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha sebesar 47,66%.
3. Besarnya kontribusi kreativitas terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0.082524, ini artinya secara parsial kreativitas mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha sebesar 8,25%.
4. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0.708, ini artinya cita rasa, inovasi dan kreativitas secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha sebesar 70,8%. Hasil ini selaras dengan nilai *Adjusted R square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Cita Rasa terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung. Cita rasa sangat berperan penting, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh para konsumen yang kemudian meningkatkan keberhasilan usaha.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyadi dan Atmaka (2022) dengan judul penelitian Diversifikasi Dan Karakterisasi Cita rasa Bakso Ikan Tenggiri (*Scomberomus commerson*) Dengan Penambahan Asap Cair Tempurung Kelapa yang memperoleh hasil bahwa terdapat cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

4.2.2 Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung. Inovasi menciptakan nilai tambah dengan menghasilkan produk atau layanan baru yang diinginkan atau memecahkan masalah yang ada. Inovasi menciptakan peluang pertumbuhan usaha sehingga dapat meningkatkan penjualan. Tujuan utama melakukan inovasi adalah untuk memperkuat posisi di pasar dengan menyediakan banyak pilihan makanan. Inovasi makanan juga mendorong perusahaan untuk berkembang, bersaing, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang berubah.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakti, dkk (2018) dengan judul penelitian *the influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success* yang memperoleh hasil bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

4.2.3 Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung. Kreativitas merupakan modal yang sangat penting bagi seorang wirausahawan. Sebagai pengusaha, pasti akan menghadapi persaingan yang ketat. Oleh karena itu, wirausahawan harus kreatif dan tidak mudah kehilangan akal.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atrup, dkk (2023) yang berjudul *the effect of entrepreneurship education and creativity on students' entrepreneurial intention : the perspective of effectuation and cognitive flexibility theory* memperoleh hasil bahwa terdapat kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

4.2.4 Pengaruh Cita Rasa, Inovasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung

Hasil perhitungan hipotesis secara simultan bahwa cita rasa, inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung. Bisnis kuliner yang dijalankan dengan kreatif dan inovatif akan membantumu menemukan usaha yang lebih kreatif dan unggul. Keunggulan suatu produk yang mampu menarik perhatian pelanggan. Dengan dukungan cita rasa yang unik dan konsisten dapat berdampak positif pada keberhasilan usaha.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryam, dkk (2021) dengan judul penelitian kreativitas, inovasi, dan keberhasilan usaha: studi kasus pada usaha kuliner tradisional jepa di masa pandemi covid 19 memperoleh hasil bahwa terdapat cita rasa, inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

BAB V

KESIMPULAN, SARAN AKADEMIS DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

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

1. Cita Rasa berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
2. Inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
3. Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.
4. Cita rasa, inovasi dan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung.

5.2 Saran Akademis

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah:

1. Manambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan keberhasilan usaha UMKM Kecamatan Medan Tembung selain dari cita rasa, inovasi dan kreativitas, misalnya saluran distribusi, pelayanan, kepuasan pelanggan dan sebagainya.

2. Perluasan Geografis.

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

5.3 Implikasi Manajerial

Adapun saran dalam penelitian ini yakni :

1. Berdasarkan hasil kontribusi variabel diperoleh variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha adalah inovasi. UMKM Kecamatan Medan Tembung meningkatkan inovasi dengan cara:
 - a. UMKM Kecamatan Medan Tembung dapat mempertahankan agar pengembangan berbagai varian menu yang lagi *hits*
 - b. UMKM Kecamatan Medan Tembung dapat meningkatkan menu yang selalu di kreasikan dari berbagai variasi.
2. Berdasarkan hasil kontribusi variabel diperoleh variabel bebas yang kedua terbesar mempengaruhi keberhasilan usaha adalah cita rasa. UMKM Kecamatan Medan Tembung mengoptimalkan cita rasa dengan cara:
 - a. UMKM Kecamatan Medan Tembung dapat mempertahankan agar penyediaan makanan yang mempunyai aroma yang sangat menggugah selera

- b. UMKM Kecamatan Medan Tembung agar dapat meningkatkan penjualan dengan menawarkan menu yang menggunakan bahan baku yang pas sehingga terasa sangat nikmat dengan memastikan bahan baku yang *fresh*.
- 3. Berdasarkan hasil kontribusi variabel diperoleh variabel bebas yang paling rendah mempengaruhi keberhasilan usaha adalah inovasi UMKM Kecamatan Medan Tembung meningkatkan kreativitas dengan cara:
 - a. UMKM Kecamatan Medan Tembung dapat mempertahankan agar pengubahan atau pencampuran varian terhadap menu buah agar kelihatan lebih sehat
 - b. UMKM Kecamatan Medan Tembung dapat meningkatkan agar menciptakan varian menu yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan menu UMKM yang lain sehingga berbagai usaha di sekitaran Kecamatan Medan Tembung dapat lebih bervariasi sehingga banyak menarik para konsumen untuk melakukan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, M. R. D., & Sri, M. A. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Crispi Jamur Bobby'z di Desa Sukorejo Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. *ADILLA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(2), 80–91. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i2.3268>
- Andrianna, A. N. (2021). Peran Wirausaha Dalam Pengembangan UMKM dan Desa Wisata. In *Penerbit Lakeisha* (p. 84). https://books.google.co.id/books?id=w74-EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false%0Ahttps://www.google.co.id/books/edition/PERAN_WIRAUSAHA_DALAM_PENGEMBANGAN_UMKM/w74-EAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1
- Asnawati. (2021). *Kewirausahaan Teori dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis.pdf*. Literasi Nusantara Abadi.
- Atrup, A., Diawati, P., Syamsuri, S., Pramono, S. A., & Ausat, A. M. A. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education and Creativity on Students' Entrepreneurial Intention : The Perspective of Effectuation and Cognitive Flexibility Theory. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 9(2), 555. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i2.7822>
- Ausat, A. M. A., Widayani, A., Ika, R., Nunu, L., & Suherlan. (2022). the Effect of Psychological Empowerment on Psychological Capital and Innovative Work Behavior. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 05(04), 11–22. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2022.3408>
- Bakti, J. P. A., Rohman, F., & Sunaryo, S. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 181–190. <https://doi.org/10.26905/jbm.v5i2.2665>
- Darsana, L. F., & Yuniawan, A. (2023). Pengaruh Inovasi Terhadap Performa Usaha Melalui Keunggulan Bersaing Pada UMKM Syariah di Kota Semarang. *Darsana, Laura Fabiola Yuniawan, Ahyar*, 9(3), 4762. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11411>
- Evanirosa, Bagenda, C., Hasnawati, & Annova, F. (2022). *Penelitian Kepustakaan* (p. 145).
- Fauzan, R., Supriyadi, B., Rukmana, A. T., Sudirjo, F., & Ekopriyono, A. (2023). *Bisnis Kreativitas dan Inovasi.pdf*. Get Press Indonesia.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (pp. 1–32).

- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 33–39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Ihsan, M. A., & Godal, M. M. (2023). *Pengembangan Kreativitas Siswa Madrasah Aliyah* (pp. 108–109).
- Liswati. (2018). *Produk Kreatif dan Kewirusahaan*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Maryam, S., Syam, A., Hasan, M., & Dinar, M. (2021). Kreativitas , Inovasi , dan Keberhasilan usaha : Studi kasus pada Usaha Kuliner Tradisional Jepa di Masa Pandemi Covid 19. *Indonesian Journal of Social Studies and Humanities*, 1(2), 110–123.
- Murakami, Wibasuri, A., & Susanti, N. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN CITA RASA TERHADAP MINAT BELI PENJUALANAN BAKSO LAPANGAN TEMBAK MALL BOEMI KEDATON LAMPUNG*. 287–293.
- Mursid, Suliyanto, & Rahab. (2019). *Menanamkan Nilai Inovasi Berbasis Syariah untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk Baru di Industri Keuangan Mikro Syariah*. Khorunnisa.
- Noperman, F. (2022). *INOVASI PEMBELAJARAN: dari ide kreatif di kepala sampai praktik inovatif di kelas* (Issue Mei, pp. 1–29). <https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=2XtxEAAAQBAJ%5C&oi=fnd%5C&pg=PA1%5C&dq=hingga+kini+kretifitas+telah+diterima+dengan+baik+sebagai+kompetensi+yang+melekat+pada+proses+pembelajaran%5C&ots=guQYvEel7M%5C&sig=dyKl6MDzwdHaF8T8TyQ1HvgVD84>
- Parnanto, N. H. R., & Atmaka, W. (2010). DIVERSIFIKASI DAN KARAKTERISASI CITARASA BAKSO IKAN TENGGIRI (*Scomberomus commerson*) DENGAN PENAMBAHAN ASAP CAIR TEMPURUNG KELAPA. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.20961/jthp.v0i0.13612>
- Priyatno, D. (2018). *SPSS : panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum / oleh Duwi Priyatno* (p. 230).
- Purnomo, A., Acai, S., Hasibuan, A., Sahir, S. H., Sudarsono, A., Mastuti, R., Salmiah, Koryati, T., & Simarmata, J. (2020). Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis. In *Penerbit Yayasan Kita Menulis* (Issue February 2021, p. 32).
- Riyanto. (2022). *Kuliner Bergizi Berbasis Dunia*. Absolute Media. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=p7mBEAAAQBAJ&oi=fnd>

&pg=PA1&dq=agrowisata+berbasis+rumpul+laut+perikanan&ots=SNprs_xQtl&sig=_sUSFBzSOFcUBIGEvJHIg3EpRh4

- Saryanto. (2018). Produk Kreatif dan Kewirausahaan. In *Penerbit Yayasan Kita Menulis*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- 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*, 05(08), 2174–2181.
<https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i8-08>
- Sutiah. (2018). *Perubahan Budaya Pembelajaran dan Inovasi Pembelajaran PAI dalam Implementasi Kurikulum 2013.pdf*. Nizamia Learning Center.
- Wahyuni, N. M. (2022). *Kinerja Bisnis .pdf*. Media Sains Indonesia.
- Wahyuni, & Oktavianis, P. (2019). *Sedep Marem masakan Cita Rasa Ndeso 110 Resep Hits di Instagram.pdf*. GRamedia Pustaka Utama.
- Waruwu, N., Effendi, M. S., & Muhab, S. (2022). Model Keunggulan Bersaing Hybrid Based View: Konsep dan Implementasi pada Lembaga Pendidikan Islam. In *Books.Google.Com*. Indonesia Emas Group.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=E3GCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=%22self+efficacy%22+pemahaman+relasional&ots=x52bNtJvVK&sig=hPyARbfpB3qkFWWmum7G_3jz2ck
- Widodo, D. (2017). *Membangun Startup Entrepreneur yang Unggul*. Media Pustaka.
- Widyasari, C. (2023). *Kreativitas dan Keberhasilan.pdf*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yuandana, T. (2023). *Teori dan Praktik Pengembangan Kreativitas Anak Usia Dini* (pp. 19–20).

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswi dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan penelitian dengan judul **“PENTINGNYA PERAN CITA RASA, INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM KECAMATAN MEDAN TEMBUNG”**. Untuk menyelesaikan peneliti tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

I. Data Responden

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

Usia : ☐ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun
☐ > 40 tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Lama Usaha : ☐ 1-3 Tahun ☐ >3 Tahun

II. Petunjuk Pengisian

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

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Cita Rasa (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Bau						
1.	UMKM menyediakan makanan yang mempunyai aroma yang sangat menggugah selera.					
2.	UMKM memastikan makanan mempunyai aroma yang bertahan lama walaupun dalam kemasan.					
Rasa						
3.	UMKM menawarkan makanan yang mempunyai rasa yang sangat nikmat di lidah.					
4.	UMKM menawarkan menu yang disajikan menggunakan bahan baku yang pas sehingga terasa sangat nikmat.					
Rangsangan mulut						
5.	UMKM memastikan tingkat kematangan yang sangat sesuai dengan keinginan konsumen.					
6.	UMKM menawarkan tampilan yang sangat menggugah selera.					

Inovasi (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Cenderung mengenai lebih banyak produk inovatif						
1.	Menu yang selalu di kreasikan dari berbagai variasi.					
2.	UMKM dapat mengembangkan berbagai varian menu yang lagi <i>hits</i> .					
Cenderung melakukan modifikasi produk						
3.	UMKM dapat rutin melakukan modifikasi rasa makanan agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya.					
4.	Para UMKM penampilan makanan dengan bentuk yang sangat elegan dan pilihan warna yang sangat menarik.					
Kepemilikan kapasitas mendesain produk unik dan bermanfaat bagi pelanggan						
5.	Makanan yang disajikan disesuaikan dengan harga yang ditawarkan.					
6.	Inovasi atau ide konsep yang diberikan dapat diterima oleh konsumen.					

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Peluncuran produk yang dianggap baru oleh pelanggan						
7.	UMKM dapat melakukan pembaharuan terhadap menu Vegan.					
8.	Walaupun melakukan inovas, para UMKM tetap mempunyai ciri khas.					

Kreativitas (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Menciptakan						
1.	UMKM menciptakan varian menu yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan menu UMKM yang lain.					
2.	UMKM dapat menciptakan varian menu sesuai dengan harga pasar dan lebih terjangkau oleh konsumen secara luas.					
Memodifikasi sesuatu						
3.	UMKM dapat mengubah menu yang bahan dasar mengandung minyak hewani menjadi menu tanpa minyak hewani dengan rasa yang tetap enak.					
4.	UMKM dapat melakukan pengubahan atau pencampuran varian terhadap menu buah agar kelihatan lebih sehat.					
Mengkombinasikan						
5.	UMKM melakukan tindakan kreatif dengan mengkombinasikan berbagai pelengkap makanan.					
6.	UMKM melakukan kombinasi dengan menggunakan bahan-bahan yang premium sehingga menciptakan rasa yang khas.					

Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Laba/profitability						
1.	Sejak melakukan pengubahan dengan penemuan menu yang baru yang berbeda dan unik dapat mendorong peningkatan penjualan para UMKM.					

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
2.	Keuntungan yang didapat para UMKM dapat diprediksikan oleh penjual.					
Produktivitas dan efisiensi						
3.	UMKM yang bekerja dengan sangat cepat walaupun banyaknya pesanan.					
4.	Untuk melakukan efisiensi waktu dan memudahkan konsumen, UMKM bergabung dengan penjualan <i>online</i> seperti Gofood, Gojek dan Shopeefood.					
Daya saing						
5.	Dengan mempunyai menu yang berbeda dan unik membuat UMKM mempunyai ciri khas tersendiri.					
6.	Harga yang murah, rasa yang unik dan tampilan yang menarik dapat membuat konsumen untuk kembali membeli.					
Kompetensi dan etika usaha						
7.	Para UMKM dengan jujur mencantumkan bahan-bahan yang digunakan agar konsumen tidak ragu untuk membeli .					
8.	UMKM menggunakan Bahasa yang sopan dalam berkomunikasi atau melayani konsumen agar para konsumen tetap nyaman saat membeli.					

Lampiran 2. Hasil Jawaban Responden n 30

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

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

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

		Correlations						
		Pernyataan 1.1	Pernyataan 1.2	Pernyataan 1.3	Pernyataan 1.4	Pernyataan 1.5	Pernyataan 1.6	X1
Pernyataan 1.1	Pearson Correlation	1	.476**	.468**	.541**	.483**	.457*	.626**
	Sig. (2-tailed)		.008	.009	.002	.007	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.2	Pearson Correlation	.476**	1	.935**	.930**	.979**	.960**	.969**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.3	Pearson Correlation	.468**	.935**	1	.916**	.928**	.925**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.4	Pearson Correlation	.541**	.930**	.916**	1	.937**	.969**	.970**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.5	Pearson Correlation	.483**	.979**	.928**	.937**	1	.967**	.972**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 1.6	Pearson Correlation	.457*	.960**	.925**	.969**	.967**	1	.968**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.626**	.969**	.949**	.970**	.972**	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.835	8

		Correlations								X2
		Pernyataan 2.1	Pernyataan 2.2	Pernyataan 2.3	Pernyataan 2.4	Pernyataan 2.5	Pernyataan 2.6	Pernyataan 2.7	Pernyataan 2.8	
Per nyat	Pearson	1	.504**	.407*	.465**	.155	-.049	.065	.524**	.571**
aan	Correlation									
2.1	Sig. (2-tailed)		.005	.026	.010	.414	.796	.735	.003	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	.504**	1	.845**	.701**	.681**	.126	.135	.603**	.835**
aan	Correlation									
2.2	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.000	.507	.476	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	.407*	.845**	1	.799**	.742**	.283	.209	.487**	.863**
aan	Correlation									
2.3	Sig. (2-tailed)	.026	.000		.000	.000	.130	.269	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	.465**	.701**	.799**	1	.566**	.335	.248	.567**	.836**
aan	Correlation									
2.4	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000		.001	.070	.186	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	.155	.681**	.742**	.566**	1	.602**	.360	.402*	.826**
aan	Correlation									
2.5	Sig. (2-tailed)	.414	.000	.000	.001		.000	.051	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	-.049	.126	.283	.335	.602**	1	.451*	.027	.513**
aan	Correlation									
2.6	Sig. (2-tailed)	.796	.507	.130	.070	.000		.012	.888	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	.065	.135	.209	.248	.360	.451*	1	.259	.424*
aan	Correlation									
2.7	Sig. (2-tailed)	.735	.476	.269	.186	.051	.012		.168	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyat	Pearson	.524**	.603**	.487**	.567**	.402*	.027	.259	1	.676**
aan	Correlation									
2.8	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.006	.001	.027	.888	.168		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson	.571**	.835**	.863**	.836**	.826**	.513**	.424*	.676**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.004	.020	.000	
	N	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
.835	8

		Correlations						
		Pernyataan 3.1	Pernyataan 3.2	Pernyataan 3.3	Pernyataan 3.4	Pernyataan 3.5	Pernyataan 3.6	X3
Pernyataan 3.1	Pearson Correlation	1	.428*	.445*	.439*	.460*	-.019	.557**
	Sig. (2-tailed)		.018	.014	.015	.010	.922	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.2	Pearson Correlation	.428*	1	.845**	.737**	.716**	.366*	.878**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000	.000	.000	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.3	Pearson Correlation	.445*	.845**	1	.663**	.633**	.258	.827**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000		.000	.000	.168	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.4	Pearson Correlation	.439*	.737**	.663**	1	.936**	.513**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.5	Pearson Correlation	.460*	.716**	.633**	.936**	1	.564**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Pernyataan 3.6	Pearson Correlation	-.019	.366*	.258	.513**	.564**	1	.585**
	Sig. (2-tailed)	.922	.047	.168	.004	.001		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.557**	.878**	.827**	.916**	.921**	.585**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	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
.876	6

		Correlations								Y
		Pernyataan 4.1	Pernyataan 4.2	Pernyataan 4.3	Pernyataan 4.4	Pernyataan 4.5	Pernyataan 4.6	Pernyataan 4.7	Pernyataan 4.8	
Per nyataan 4.1	Pearson Correlation	1	.432*	.469**	.473**	.418*	.381*	.610**	.629**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.017	.009	.008	.021	.038	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.2	Pearson Correlation	.432*	1	.550**	.539**	.460*	.430*	-.091	.241	.615**
	Sig. (2-tailed)	.017		.002	.002	.011	.018	.634	.199	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.3	Pearson Correlation	.469**	.550**	1	.979**	.835**	.782**	.284	.078	.776**
	Sig. (2-tailed)	.009	.002		.000	.000	.000	.129	.683	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.4	Pearson Correlation	.473**	.539**	.979**	1	.818**	.724**	.253	.083	.760**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002	.000		.000	.000	.178	.661	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.5	Pearson Correlation	.418*	.460*	.835**	.818**	1	.976**	.431*	.208	.800**
	Sig. (2-tailed)	.021	.011	.000	.000		.000	.017	.270	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.6	Pearson Correlation	.381*	.430*	.782**	.724**	.976**	1	.455*	.206	.769**
	Sig. (2-tailed)	.038	.018	.000	.000	.000		.011	.275	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.7	Pearson Correlation	.610**	-.091	.284	.253	.431*	.455*	1	.668**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.634	.129	.178	.017	.011		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Per nyataan 4.8	Pearson Correlation	.629**	.241	.078	.083	.208	.206	.668**	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.199	.683	.661	.270	.275	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.820**	.615**	.776**	.760**	.800**	.769**	.652**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.846	8

Lampiran 4. Hasil Jawaban Responden Sampel Penelitian

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

No.	Cita Rasa						Total	Inovasi								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
35	2	3	2	1	3	2	13	3	2	1	1	2	1	1	3	14
36	3	2	4	2	2	4	17	3	2	3	3	2	2	2	3	20
37	3	3	4	2	4	4	20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
38	3	2	4	4	3	4	20	2	2	5	5	2	4	1	2	23
39	4	5	5	3	2	5	24	4	2	1	1	2	3	1	4	18
40	4	4	2	4	2	2	18	5	3	3	3	3	4	4	5	30
41	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	5	2	21
42	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	5	39
44	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	4	4	4	5	5	37
46	3	3	4	2	4	4	20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
47	3	2	4	4	3	4	20	2	2	5	5	2	4	1	2	23
48	4	5	5	3	2	5	24	4	2	1	1	2	3	1	4	18
49	4	4	2	4	2	2	18	5	3	3	3	3	4	4	5	30
50	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	5	2	21
51	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	3	2	3	21
52	4	4	3	1	3	3	18	3	4	3	3	4	1	3	3	24
53	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	4	4	4	3	3	29
54	4	3	2	3	3	2	17	4	3	2	2	3	3	4	4	25
55	2	4	4	5	5	4	24	1	1	3	3	1	5	5	1	20
56	2	3	4	3	3	4	19	2	2	4	4	2	3	1	2	20
57	4	4	4	4	4	4	24	2	1	2	2	1	4	3	2	17
58	1	1	1	1	1	1	6	1	2	2	2	2	1	4	1	15
59	1	2	4	4	5	4	20	1	3	3	3	3	4	4	1	22
60	3	2	3	3	3	3	17	1	5	4	4	5	3	3	1	26
61	3	2	3	4	2	3	17	1	3	4	4	3	4	2	1	22
62	1	1	4	4	3	4	17	1	4	4	4	4	4	4	1	26
63	4	4	4	2	4	4	22	1	3	3	3	3	2	2	1	18
64	2	3	3	4	2	3	17	4	4	2	2	4	4	2	4	26
65	1	2	2	4	2	2	13	4	4	1	1	4	4	3	4	25
66	4	2	2	1	1	2	12	2	4	4	4	4	1	5	2	26
67	4	3	4	3	1	4	19	2	4	4	4	4	3	4	2	27
68	3	4	3	3	4	3	20	2	4	2	2	4	3	4	2	23
69	3	3	2	2	2	2	14	1	3	2	2	3	2	4	1	18
70	1	1	1	1	1	1	6	2	4	2	2	4	1	5	2	22
71	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21

No.	Cita Rasa						Total	Inovasi								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
72	4	4	3	1	3	3	18	4	5	5	5	5	1	2	4	31
73	3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	4	5	4	3	4	33
74	4	3	2	3	3	2	17	5	5	5	5	5	3	5	5	38
75	2	4	4	5	5	4	24	1	2	2	2	2	5	2	1	17
76	2	3	4	3	3	4	19	2	2	2	2	2	3	2	2	17
77	4	4	4	4	4	4	24	2	2	3	3	2	4	1	2	19
78	2	3	2	2	3	2	14	4	5	2	2	5	2	2	4	26
79	4	4	4	2	3	4	21	3	3	3	3	3	2	3	3	23
80	3	3	3	2	2	3	16	2	2	2	2	2	2	2	2	16
81	4	3	4	3	3	4	21	3	4	4	4	4	3	2	3	27
82	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	5	2	21
83	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	3	2	3	21
84	4	3	4	3	3	4	21	3	4	4	4	4	3	2	3	27
85	2	3	2	1	3	2	13	3	2	1	1	2	1	1	3	14
86	3	2	4	2	2	4	17	3	2	3	3	2	2	2	3	20
87	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	5	5	5	38
93	3	3	2	2	2	2	14	1	3	2	2	3	2	1	1	15
94	1	1	1	1	1	1	6	2	4	2	2	4	1	1	2	18
95	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
96	4	4	3	1	3	3	18	4	3	3	3	3	1	2	4	23
97	2	2	2	1	1	1	9	4	5	4	4	5	1	3	4	30
98	1	1	1	1	1	1	6	5	5	5	5	5	1	5	5	36
99	1	1	1	1	1	1	6	1	2	2	2	2	1	2	1	13
100	1	1	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	1	2	2	15
101	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	3	2	1	1	2	16
102	2	3	2	2	3	2	14	4	5	2	2	5	2	2	4	26
103	4	4	4	2	3	4	21	3	3	3	3	3	2	3	3	23
104	2	3	2	1	3	2	13	3	2	1	1	2	1	3	3	16
105	1	2	2	2	1	1	9	3	2	3	3	2	1	1	3	18
106	2	3	3	4	2	3	17	4	4	2	2	4	4	2	4	26
107	1	2	2	4	2	2	13	4	4	1	1	4	4	3	4	25
108	4	2	2	1	1	2	12	2	4	4	4	4	1	5	2	26

No.	Cita Rasa						Total	Inovasi								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
109	4	3	4	3	1	4	19	2	4	4	4	4	3	4	2	27
110	3	4	3	3	4	3	20	2	4	2	2	4	3	4	2	23
111	3	3	2	2	2	2	14	1	3	2	2	3	2	4	1	18
112	1	1	1	1	1	1	6	2	4	2	2	4	1	5	2	22
113	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
114	4	4	3	1	3	3	18	4	5	5	5	5	1	2	4	31
115	3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	4	5	4	3	4	33
116	4	3	2	3	3	2	17	5	5	5	5	5	3	5	5	38
117	2	4	4	5	5	4	24	1	2	2	2	2	5	2	1	17
118	2	3	4	3	3	4	19	2	2	2	2	2	3	2	2	17
119	4	4	4	4	4	4	24	2	2	3	3	2	4	1	2	19
120	2	3	2	2	3	2	14	4	5	2	2	5	2	2	4	26
121	4	4	4	2	3	4	21	3	3	3	3	3	2	3	3	23
122	3	3	3	2	2	3	16	2	2	2	2	2	2	2	2	16
123	4	3	4	3	3	4	21	3	4	4	4	4	3	2	3	27
124	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	5	2	21
125	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	3	2	3	21
126	4	3	4	3	3	4	21	3	4	4	4	4	3	2	3	27
127	2	3	2	1	3	2	13	3	2	1	1	2	1	1	3	14
128	3	2	4	2	2	4	17	3	2	3	3	2	2	2	3	20
129	3	3	4	2	4	4	20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
130	3	2	4	4	3	4	20	2	2	5	5	2	4	1	2	23
131	4	5	5	3	2	5	24	4	2	1	1	2	3	1	4	18
132	4	4	2	4	2	2	18	5	3	3	3	3	4	4	5	30
133	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	3	2	19
134	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	3	1	3	20
135	3	3	2	2	2	2	14	1	3	2	2	3	2	1	1	15
136	1	1	1	1	1	1	6	2	4	2	2	4	1	1	2	18
137	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
138	4	4	3	1	3	3	18	4	3	3	3	3	1	2	4	23
139	2	2	2	1	1	1	9	4	5	4	4	5	1	3	4	30
140	1	1	1	1	1	1	6	5	5	5	5	5	1	5	5	36
141	1	1	1	1	1	1	6	1	2	2	2	2	1	2	1	13
142	1	1	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	1	2	2	15
143	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	3	2	1	1	2	16
144	2	3	2	2	3	2	14	4	5	2	2	5	2	2	4	26
145	4	4	4	2	3	4	21	3	3	3	3	3	2	3	3	23

No.	Cita Rasa						Total	Inovasi								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
146	2	3	2	1	3	2	13	3	2	1	1	2	1	3	3	16
147	1	2	2	2	1	1	9	3	2	3	3	2	1	1	3	18
148	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	3	2	19
149	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	3	1	3	20
150	3	3	2	2	2	2	14	1	3	2	2	3	2	1	1	15
151	1	1	1	1	1	1	6	2	4	2	2	4	1	1	2	18
152	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
153	4	4	3	1	3	3	18	4	3	3	3	3	1	2	4	23
154	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
155	4	4	3	1	3	3	18	4	3	3	3	3	1	2	4	23
156	2	2	2	1	1	1	9	4	5	4	4	5	1	3	4	30
157	1	1	1	1	1	1	6	5	5	5	5	5	1	5	5	36
158	1	1	1	1	1	1	6	1	2	2	2	2	1	2	1	13
159	1	1	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	1	2	2	15
160	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	3	2	1	1	2	16
161	4	3	4	2	2	4	19	2	3	2	2	3	2	3	2	19
162	4	3	3	3	4	3	20	3	3	2	2	3	3	1	3	20
163	3	3	2	2	2	2	14	1	3	2	2	3	2	1	1	15
164	1	1	1	1	1	1	6	2	4	2	2	4	1	1	2	18
165	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
166	4	4	3	1	3	3	18	4	3	3	3	3	1	2	4	23
167	4	3	3	3	4	3	20	2	2	3	3	2	3	4	2	21
168	1	1	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	1	2	2	15
169	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	3	2	1	1	2	16
Total	560	548	560	491	520	559	3.217	518	571	532	530	571	480	524	527	4.217

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

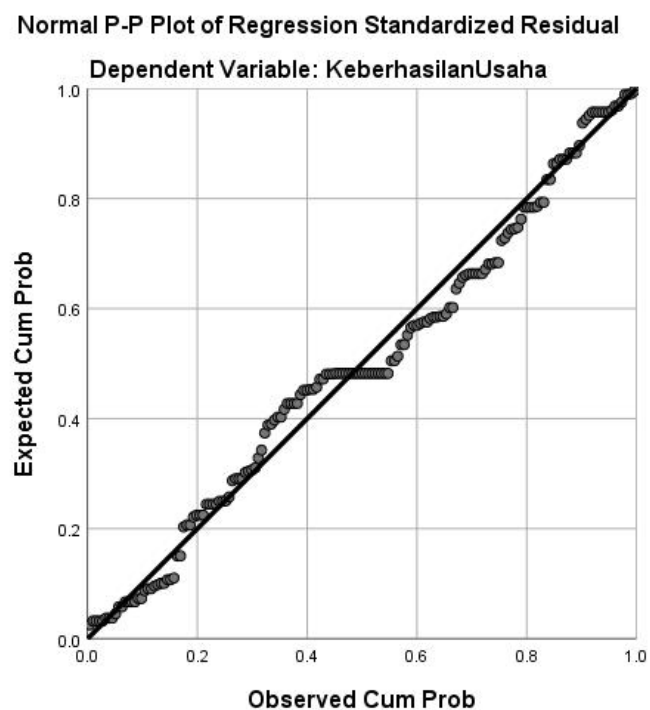
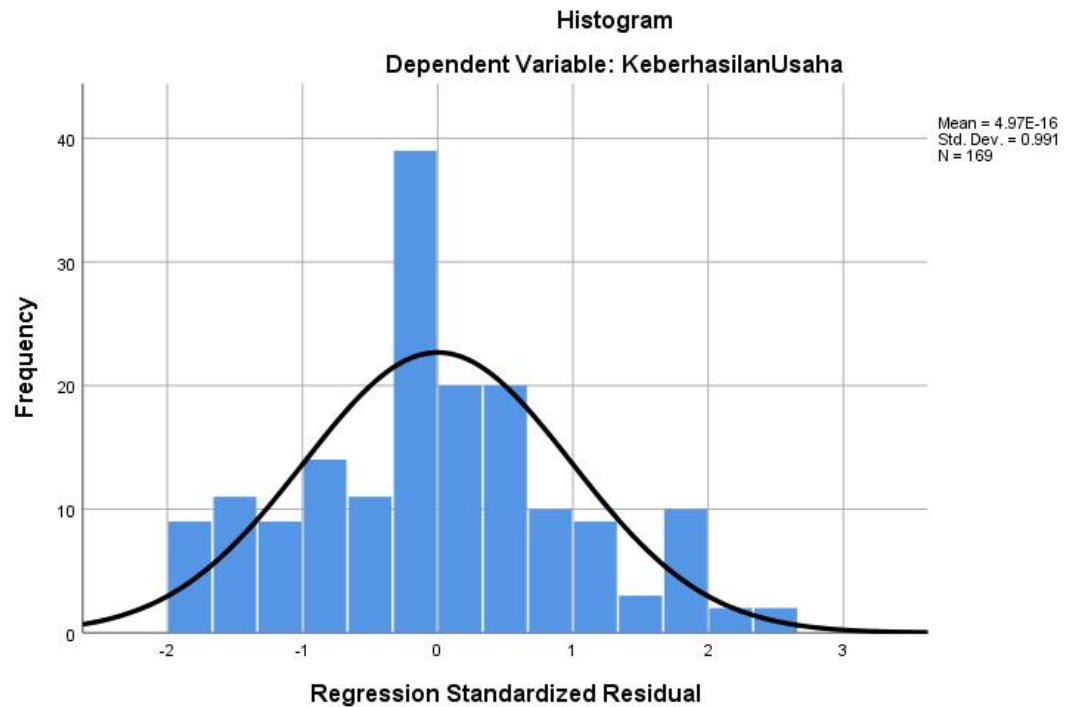
No.	Kreativitas						Total	Keberhasilan Usaha								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
38	5	4	3	2	2	1	17	1	1	5	4	1	2	1	3	18
39	1	5	2	1	4	1	14	2	1	2	2	5	1	2	4	19
40	3	2	2	3	5	2	17	5	4	3	2	2	1	5	4	26
41	5	3	1	2	1	1	13	1	5	2	1	4	1	1	4	19
42	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	2	3	2	3	2	2	14	2	2	1	5	4	2	2	3	21
47	2	4	4	4	3	3	20	1	1	5	4	1	2	1	3	18
48	3	4	4	4	2	4	21	2	1	2	2	5	1	2	4	19
49	2	3	3	4	4	2	18	5	4	3	2	2	1	5	4	26
50	4	2	4	2	4	2	18	1	5	2	1	4	1	1	4	19
51	4	4	3	4	2	3	20	3	2	2	3	5	2	3	4	24
52	3	2	1	1	3	4	14	5	3	1	2	1	1	5	4	22
53	4	2	4	3	4	3	20	2	3	2	4	4	3	2	3	23
54	3	3	2	4	3	4	19	4	4	2	2	4	4	4	4	28
55	4	5	4	5	4	4	26	4	5	3	2	4	2	4	2	26
56	4	4	2	2	4	2	18	1	1	4	4	2	3	1	2	18
57	4	4	3	4	4	4	23	2	3	2	3	2	2	2	4	20
58	2	4	2	4	4	2	18	2	4	4	4	3	3	2	1	23
59	4	5	4	4	4	2	23	3	4	4	4	2	4	3	1	25
60	4	4	3	5	2	5	23	2	3	3	4	4	2	2	3	23
61	2	2	4	3	3	5	19	4	2	4	2	4	2	4	3	25
62	2	3	4	4	3	3	19	4	4	3	4	2	3	4	1	25
63	5	5	5	3	5	5	28	3	2	1	1	3	4	3	4	21
64	1	2	4	5	2	3	17	4	2	4	3	4	3	4	2	26
65	1	2	5	4	3	3	18	3	3	2	4	3	4	3	1	23
66	1	1	3	3	2	2	12	4	5	4	5	4	4	4	4	34
67	2	2	3	4	2	4	17	4	4	2	2	4	2	4	4	26
68	3	3	5	2	4	3	20	4	4	3	4	4	4	4	3	30
69	2	2	3	5	2	2	16	2	4	2	4	4	2	2	3	23
70	1	2	2	5	1	3	14	4	5	4	4	4	2	4	1	28
71	1	1	3	4	2	4	15	4	4	3	5	3	5	4	4	32
72	2	2	3	5	2	5	19	2	2	4	3	3	5	2	4	25
73	2	2	1	5	4	2	16	2	3	4	4	3	3	2	3	24
74	1	1	5	4	1	2	14	5	5	5	3	5	5	5	4	37

No.	Kreativitas						Total	Keberhasilan Usaha								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
75	2	1	2	2	5	1	13	1	2	4	5	2	3	1	2	20
76	5	4	3	2	2	1	17	1	2	5	4	3	3	1	2	21
77	1	5	2	1	4	1	14	1	1	3	3	2	2	1	4	17
78	3	2	2	3	5	2	17	2	2	3	4	2	4	2	2	21
79	4	5	4	5	4	4	26	3	3	5	2	4	3	3	4	27
80	4	4	2	2	4	2	18	2	2	3	5	2	2	2	3	21
81	4	4	3	4	4	4	23	1	2	2	5	1	3	1	4	19
82	2	4	2	4	4	2	18	1	5	2	1	4	1	1	4	19
83	4	5	4	4	4	2	23	3	2	2	3	5	2	3	4	24
84	4	4	3	5	2	5	23	1	2	2	5	1	3	1	4	19
85	2	2	4	3	3	5	19	1	1	3	4	2	4	1	2	18
86	2	3	4	4	3	3	19	2	2	3	5	2	5	2	3	24
87	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
91	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	1	1	3	4	2	4	15	1	2	2	2	2	2	2	3	16
94	2	2	3	5	2	5	19	1	1	2	2	1	1	1	1	10
95	2	2	1	5	4	2	16	4	4	3	5	2	5	4	4	31
96	1	1	5	4	1	2	14	2	2	4	3	3	5	2	4	25
97	2	1	2	2	5	1	13	2	3	4	4	3	3	2	1	22
98	5	4	3	2	2	1	17	5	5	5	3	5	5	5	1	34
99	1	5	2	1	4	1	14	1	2	4	5	2	3	1	1	19
100	3	2	2	3	5	2	17	1	2	5	4	3	3	1	1	20
101	4	5	4	5	4	4	26	1	1	3	3	2	2	1	1	14
102	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	4	2	4	2	2	21
103	1	1	1	1	1	1	6	3	3	1	2	1	1	1	4	16
104	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	2	9
105	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	8
106	1	2	4	5	2	3	17	4	2	4	3	4	3	4	2	26
107	1	2	5	4	3	3	18	3	3	2	4	3	4	3	1	23
108	1	1	3	3	2	2	12	4	5	4	5	4	4	4	4	34
109	2	2	3	4	2	4	17	4	4	2	2	4	2	4	4	26
110	3	3	5	2	4	3	20	4	4	3	4	4	4	4	3	30
111	2	2	3	5	2	2	16	2	4	2	4	4	2	2	3	23

No.	Kreativitas						Total	Keberhasilan Usaha								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
112	1	2	2	5	1	3	14	4	5	4	4	4	2	4	1	28
113	1	1	3	4	2	4	15	4	4	3	5	2	5	4	4	31
114	2	2	3	5	2	5	19	2	2	4	3	3	5	2	4	25
115	2	2	1	5	4	2	16	2	3	4	4	3	3	2	3	24
116	1	1	5	4	1	2	14	5	5	5	3	5	5	5	4	37
117	2	1	2	2	5	1	13	1	2	4	5	2	3	1	2	20
118	5	4	3	2	2	1	17	1	2	5	4	3	3	1	2	21
119	1	5	2	1	4	1	14	1	1	3	3	2	2	1	4	17
120	3	2	2	3	5	2	17	2	2	3	4	2	4	2	2	21
121	4	5	4	5	4	4	26	3	3	5	2	4	3	3	4	27
122	4	4	2	2	4	2	18	2	2	3	5	2	2	2	3	21
123	4	4	3	4	4	4	23	1	2	2	5	1	3	1	4	19
124	2	4	2	4	4	2	18	1	5	2	1	4	1	1	4	19
125	4	5	4	4	4	2	23	3	2	2	3	5	2	3	4	24
126	4	4	3	5	2	5	23	1	2	2	5	1	3	1	4	19
127	2	2	4	3	3	5	19	1	1	3	4	2	4	1	2	18
128	2	3	4	4	3	3	19	2	2	3	5	2	5	2	3	24
129	5	5	5	3	5	5	28	2	2	1	5	4	2	2	3	21
130	1	2	4	5	2	3	17	1	1	5	4	1	2	1	3	18
131	1	2	5	4	3	3	18	2	1	2	2	5	1	2	4	19
132	1	1	3	3	2	2	12	5	4	3	2	2	1	5	4	26
133	2	2	3	4	2	4	17	3	3	3	2	2	2	2	4	21
134	3	3	5	2	4	3	20	2	2	1	1	2	1	1	4	14
135	1	1	3	4	2	4	15	1	2	2	2	2	2	2	3	16
136	2	2	3	5	2	5	19	1	1	2	2	1	1	1	1	10
137	2	2	1	5	4	2	16	4	4	3	5	2	5	4	4	31
138	1	1	5	4	1	2	14	2	2	4	3	3	5	2	4	25
139	2	1	2	2	5	1	13	2	3	4	4	3	3	2	1	22
140	5	4	3	2	2	1	17	5	5	5	3	5	5	5	1	34
141	1	5	2	1	4	1	14	1	2	4	5	2	3	1	1	19
142	3	2	2	3	5	2	17	1	2	5	4	3	3	1	1	20
143	4	5	4	5	4	4	26	1	1	3	3	2	2	1	1	14
144	1	1	1	1	1	1	6	2	2	3	4	2	4	2	2	21
145	1	1	1	1	1	1	6	3	3	1	2	1	1	1	4	16
146	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	2	9
147	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	8
148	2	2	3	4	2	4	17	3	3	3	2	2	2	2	4	21

No.	Kreativitas						Total	Keberhasilan Usaha								Total
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	
149	3	3	5	2	4	3	20	2	2	1	1	2	1	1	4	14
150	1	1	3	4	2	4	15	1	2	2	2	2	2	2	3	16
151	2	2	3	5	2	5	19	1	1	2	2	1	1	1	1	10
152	2	2	1	5	4	2	16	4	4	3	5	2	5	4	4	31
153	1	1	5	4	1	2	14	2	2	4	3	3	5	2	4	25
154	2	2	1	5	4	2	16	4	4	3	5	2	5	4	4	31
155	1	1	5	4	1	2	14	2	2	4	3	3	5	2	4	25
156	2	1	2	2	5	1	13	2	3	4	4	3	3	2	1	22
157	5	4	3	2	2	1	17	5	5	5	3	5	5	5	1	34
158	1	5	2	1	4	1	14	1	2	4	5	2	3	1	1	19
159	3	2	2	3	5	2	17	1	2	5	4	3	3	1	1	20
160	4	5	4	5	4	4	26	1	1	3	3	2	2	1	1	14
161	2	2	3	4	2	4	17	3	3	3	2	2	2	2	4	21
162	3	3	5	2	4	3	20	2	2	1	1	2	1	1	4	14
163	1	1	3	4	2	4	15	1	2	2	2	2	2	2	3	16
164	2	2	3	5	2	5	19	1	1	2	2	1	1	1	1	10
165	2	2	1	5	4	2	16	4	4	3	5	2	5	4	4	31
166	1	1	5	4	1	2	14	2	2	4	3	3	5	2	4	25
167	2	2	1	5	4	2	16	4	4	3	5	2	5	4	4	31
168	3	2	2	3	5	2	17	1	2	5	4	3	3	1	1	20
169	4	5	4	5	4	4	26	1	1	3	3	2	2	1	1	14
Total	483	516	569	635	566	539	3.287	484	527	579	616	542	553	483	564	4.312

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		169
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.84931667
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.066
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 ^c

a. Test distribution is Normal.

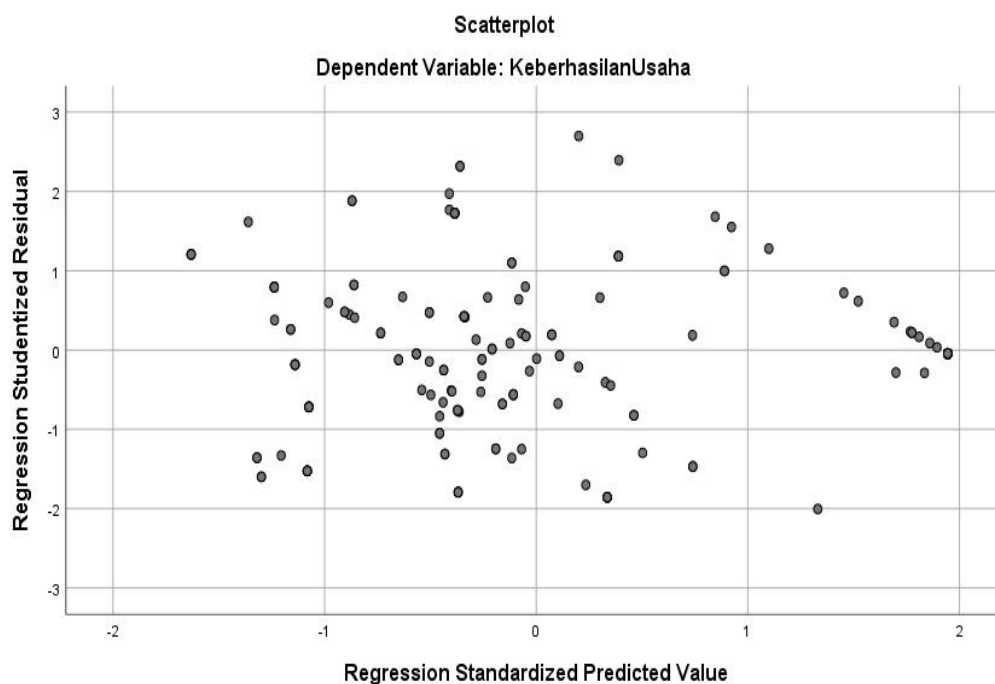
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	.520	1.347		.386	.700	
	CitaRasa	.280	.072	.223	3.871	.000	.531 1.884
	Inovasi	.639	.060	.592	10.649	.000	.571 1.752
	Kreativitas	.191	.075	.138	2.530	.012	.590 1.695

a. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.520	1.347		.386	.700		
	CitaRasa	.280	.072	.223	3.871	.000	.531	1.884
	Inovasi	.639	.060	.592	10.649	.000	.571	1.752
	Kreativitas	.191	.075	.138	2.530	.012	.590	1.695

a. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9609.546	3	3203.182	133.781	.000 ^b
	Residual	3950.667	165	23.943		
	Total	13560.213	168			

a. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi, CitaRasa

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.703	4.893

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi, CitaRasa

b. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha

Lampiran 6 : Tabel Statistik

Tabel Statistik r

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

Tabel Statistik t

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Tabel Statistik F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72



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, 05 Februari 2024

Nomor : 042/R/STIE-EP/II/2024
Lamp. : ----
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Martabak Denai 2
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

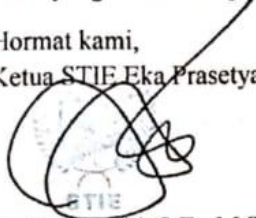
Nama	: Sherlen Faustina
NIM	: 201010224
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pentingnya peran Cita rasa, Inovasi, Kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM, Kecamatan Medan Tembung

Untuk mengadakan peninjauan ke Martabak Denai 2 yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

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

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

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya



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



**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN
DESA BANDAR KLIPPA**

Alamat : Jl. Medan Bt. Kuis Km. 10,2 Gg Rukun Bandar Klippa – 20371

Bandar Klippa, 31 Januari 2024

Nomor : 070/ 48/
Lamp : ---
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth :
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Eka Prasetya - Medan
Di - Tempat

Sehubungan dengan Surat Permohonan Saudara No. 042/R/STIE-EP/I/2024 tanggal 19 Januari 2024 perihal Permohonan Izin Penelitian atas nama :

Nama : SHERLEN FAUSTINA
NIM : 201010224
JUDUL : PENTINGNYA PERAN CITA RASA, INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM MARTABAK DENAI DI DESA BANDAR KLIPPA.

Berkenaan dengan hal tersebut diatas, Kami tidak merasa keberatan dan Kami memberikan izin untuk melakukan Penelitian di Desa Bandar Klippa. Dan Kami minta kepada warga Desa Bandar Klippa untuk membantu Mahasiswa tersebut diatas untuk melakukan Penelitian di Desa Bandar Klippa.

Demikian Surat ini dibuat dan diberikan Kepada yang berkepentingan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

**KEPALA DESA BANDAR KLIPPA
KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**



SURI PNO, SH. MII



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : SHERLEN FAUSTINA
NIM : 201010224
PROGRAM STUDI : Management

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Jumat, 28 Januari 2022	DAVID ZULFENTY JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Pembelian Pada toko mas New Sinar baru gaya	181010215	
2.	Jumat, 28 Januari 2022	Anggiat Marika Sihombing JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Marketing Marketing Kualitas Pendidikan dan Fasilitas sekolah terhadap keputusan memilih SMP PAB IS MEDAN SUNGAIL	181010188	
3.	Jumat, 01 Februari 2024	Cindy Cirocca JUDUL PROPOSAL: Analisis keputusan pembelian konsumen di dotabojaya.com melalui pelayanan purna jual dan marketing	201010027	
4.	Jumat, 02 Februari 2024	Tomir Sterlin JUDUL PROPOSAL: Analisis keunggulan bersaing pada PT. Mitra Rezeki Distribusi Nusantara beserta dampaknya melalui peran teknologi informasi dan diferensiasi produk	201010190	
5.	Jumat, 02 Februari 2024	Novita Iain JUDUL PROPOSAL: Peran inovasi berwawasan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM warung kopi Kelurahan Medan Timur Tengah	201010071	
		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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Sheren Fausaira

NIM : 201010224

Kelas : IKLW A

Konsentrasi : Pemasaran, Kewirausahaan (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0838 8692 720

Email: fausfaus5tin2228@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jl. Medan Botangrawis no. 69

Nama Dosen Pembimbing 1:

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

Nama Dosen Pembimbing 2:

Bambang Sutejo, S.Kom, S.E., M.H

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	1/12/23	Revisi Bab I	
2	7/12/23	Acc Bab I	
3	18/12/23	Revisi Bab II	
4	2/1/24	Revisi Bab II	
5	11/1/24	Revisi Bab II	
6	19/1/24	Acc Bab II	
7	22/1/24	Revisi Kesimpulan	
8	29/1/24	Acc Kesimpulan	
9	5/2/24	Acc sampul	
10	26/4/24	Revisi tambah Pembahasan	
11	05/05/24	Revisi Penulisan	
12	06/05/24	Acc Moga hijau	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	4/4/2024	Revisi judul agar tepat, tulisan yang salah, revisi bagian ke-2 dan cover	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorothy Ebyany Sinaga, S.T., MLM



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Sherlen Faustina

NIM : 201010224

Kelas : Kewi Tawakaloon A

Konsentrasi : Pemasaran, Kewirausahaan (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0838 - 8692 - 720 Email: fausfaustina22@gmail.com.

Alamat Tinggal: Jl. Medan - Batangkuis no. 69

Nama Dosen Pembimbing 1:

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

Nama Dosen Pembimbing 2:

Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.H

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	9/9/2023	Diskusi Permasalahan, Variabel, Kajian Literatur serta cara pengujian definisi ahli yang benar.	
2	5/10/2023	Diskusi Permasalahan	
3	6/11/2023	ACC Judul.	
4	31/1/2024	Revisi latar belakang, identifikasi masalah.	
5	1/2/2024	Revisi identifikasi masalah, kuesioner.	
6	2/2/2024	Revisi Masalah Variabel	
7	3/2/2024	Revisi kelurahan	
8	4/2/2024	Revisi Perilaku.	
9	26/3/2024	Revisi kuesioner	
10	18/4/2024	ACC Revisi kuesioner	
11	26/4/2024	Revisi bab 5	
12	07/05/2024	ACC Mep hijau.	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	4/4/2024	Perambatan anak sub bab, revisi daftar pustaka sesuai abjad, hapus nama toko sebelumnya, Perambatan jenis makanan yg di teliti.	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

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

1 kartu untuk 1 pembimbing

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Sherlen Faustina
Tempat / Tanggal Lahir : Medan/ 23 Mei 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl Medan Batangkuis no 69, Tembung
Alamat Email : faufausstinzz28@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 0838 8692 720

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2012 : SD Hang Kesturi - Medan
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2015 : SMP Hang Kesturi - Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2018 : SMA Cinta Budaya - Medan
4. Tahun 2020 s/d Tahun 2024 : STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Mei 2018 s/d Agustus 2018 : PT. Sky Ocean
Januari 2019 s/d Maret 2019 : Ft Fellicel
April 2019 s/d Oktober 2019 : Onna Fashion Interior
Jan 2021 s/d Sekarang : PT. Mitra Jata Usaha Bersama

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Darwin Surianto
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : 0853 5999 2335
Alamat : Jl Medan Batangkuis no 69, Tembung

Nama Ibu : A Gwek
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 0852 6123 5976
Alamat : Jl. Medan Batangkuis no 69, Tembung

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

Medan, 2 Februari 2024
Penulis,


Sherlen Faustina
201010224