

**PENGARUH KREATIVITAS, MOTIVASI USAHA DAN LOKASI
YANG STRATEGIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
PADA TOKO LARIS JAYA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh :
TAN CIACIA SHERINA
191010125**

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

Judul : **PENGARUH KREATIVITAS, MOTIVASI USAHA
DAN LOKASI YANG STRATEGIS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO LARIS JAYA**

Nama : **Tan Ciacia Sherina**

NIM : **191010125**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Medan, 11 Mei 2023

**Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,**

Pembimbing I,



Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
NIDN: 0112027303

Pembimbing II,



Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN: 0115088601

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

Judul : PENGARUH KREATIVITAS, MOTIVASI USAHA
DAN LOKASI YANG STRATEGIS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO LARIS JAYA
Nama : Tan Clacia Sherina
NIM : 191010125
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 11 Mei 2023
Dewan Penguji,

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

()

Penguji II : Bambang Sutejo, S.Kom., S.E., M.M.
NIDN : 9901001658

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua



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

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

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Apabila saya menggunakan atau mengutip hasil pekerjaan orang lain untuk Tugas Akhir saya, maka saya mengindikasikan hal tersebut secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Apabila saya melanggar maka saya bersedia mendapat sanksi plagiarisme sesuai prosedur yang ditetapkan di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Tan Ciacia Sherina
NIM	191010125
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi yang Strategis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Laris Jaya
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing - I	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
Pembimbing - II	Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

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

Medan, 11 Mei 2023



METER
TEMPAT
30AKX452907870

Tan Ciacia Sherina
191010125

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS, MOTIVASI USAHA DAN LOKASI YANG STRATEGIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO LARIS JAYA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

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, S.T., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
7. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Abidin, S.M.

9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
 10. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 11 Mei 2023

Penulis



Tan Ciacia Sherina
191010125

ABSTRAK

Tan Ciacia Sherina, 191010125, 2023. Pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi yang Strategis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Laris Jaya. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II: Bapak Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi yang Strategis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Laris Jaya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah Toko Laris Jaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Laris Jaya selama periode 2017-2021 yang jumlahnya tidak pasti atau tidak dapat diketahui. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair dan berjumlah 140 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Keberhasilan Usaha = -2,600 + 0,747 Kreativitas + 0,292 Motivasi Usaha + 0,315 Lokasi + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya dimana $t_{hitung} 7,343 > t_{tabel} 1,977$, variabel Motivasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya dimana $t_{hitung} 4,225 > t_{tabel} 1,977$ dan variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya dimana $t_{hitung} 3,304 > t_{tabel} 1,977$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 81,889 > F_{tabel} 2,67$ yang berarti variabel bebas yaitu Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 63,60% variabel Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya dipengaruhi oleh variabel Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi, sedangkan sisanya sebesar 36,40% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Harga, Kualitas Produk dan Atribut Produk yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kreativitas, Motivasi Usaha, Lokasi, dan Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Tan Ciacia Sherina, 191010125, 2023. *The Effect of Creativity, Business Motivation and Strategic Location on Business Success at Toko Laris Jaya*. STIE Eka Prasetya Medan, Management Study Program, Advisor I: Mrs. Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Advisor II: Mr. Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.

This study aims to determine how much influence Creativity, Business Motivation and Strategic Location on Business Success at Toko Laris Jaya. The research methodology used is descriptive quantitative method, the unit of analysis in this study is Toko Laris Jaya. The population in this study are all consumers who made purchases at Toko Laris Jaya during the 2017-2021 period whose number is uncertain or cannot be known. The technique for determining the number of samples used in this study used the Hair formula and amounted to 140 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research and field research which is carried out systematically based on the research objectives. The analytical method used to solve the problem and prove the hypothesis is descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination (R^2). From the analysis obtained a regression analysis of **Business Success = -2.600 + 0.747 Creativity + 0.292 Business Motivation + 0.315 Location + e**. The t test results show Creativity variable had a positive and significant on Business Success at Toko Laris Jaya where $t_{count} 7,343 > t_{table} 1,977$, Business Motivation variable had a positive and significant on Business Success at Toko Laris Jaya where $t_{count} 4,225 > t_{table} 1,977$ and Location variable had a positive and significant on Business Success at Toko Laris Jaya where $t_{count} 3,304 > t_{table} 1,977$. The F test results that show $F_{count} 81,889 > F_{table} 2,67$ that means the independent variables Creativity, Business Motivation and Strategic Location on Business Success at Toko Laris Jaya. Test results of the coefficient of determination (R^2) indicate that 63,60% of Business Success variable are supported by Creativity, Business Motivation and Strategic Location variables, while 36,40% are discussed by other factors or variables outside the model such as rice, Product Quality and Product Attributes that not discussed in in this research.

Keywords: Creativity, Business Motivation, Strategic Location, and Business Success

MOTTO

Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya.

(Lenang Manggala)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa, untuk orangtua yang saya sayangi, untuk teman-teman seperjuangan.

Skripsi ini juga saya dedikasikan untuk dosen pembimbing yang selama ini telah membantu saya. Terima kasih saya ucapkan kepada Ibu Hommy selaku dosen pembimbing I dan Bapak Akbar selaku dosen pembimbing II, karena telah rela meluangkan waktu untuk membimbing saya.

Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan😊

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Teori Tentang Keberhasilan Usaha	9
2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha	9

2.1.1.2 Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha	10
2.1.1.3 Faktor-Faktor Penghambat Keberhasilan Usaha	11
2.1.1.4 Indikator Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.2 Teori Tentang Kreativitas	12
2.1.2.1 Pengertian Kreativitas.....	12
2.1.2.2 Aspek Kreativitas	13
2.1.2.3 Macam-Macam Kreativitas	14
2.1.2.4 Indikator Kreativitas	14
2.1.3 Teori Tentang Motivasi Usaha	15
2.1.3.1 Pengertian Motivasi Usaha	15
2.1.3.2 Indikator Motivasi Usaha	16
2.1.4 Teori Tentang Lokasi.....	17
2.1.4.1 Pengertian Lokasi	17
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi yang Strategis	18
2.1.4.3 Indikator Lokasi.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.1.1 Lokasi Penelitian	25
3.1.2 Waktu Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.2.1 Jenis Data.....	25
3.2.2 Sumber Data	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Teknik Analisa Data	30
3.6.1 Uji Validitas.....	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.6.3.1 Uji Normalitas	32
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	33
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.6.5 Pengujian Hipotesis	34
3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	34
3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan).....	35
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Laris Jaya	37
4.1.2 Visi, Misi dan Struktur Organisasi Toko Laris Jaya	37
4.1.2.1 Visi Toko Laris Jaya.....	37
4.1.2.2 Misi Toko Laris Jaya	38
4.1.2.3 Struktur Organisasi Toko Laris Jaya	38
4.1.3 Karakteristik Responden.....	39
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
4.1.4.1 Uji Validitas.....	40
4.1.4.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	47
4.1.5.1 Uji Normalitas	47
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas.....	50

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.1.7 Pengujian Hipotesis	55
4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	55
4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	58
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.2 Pembahasan	60
4.2.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha	60
4.2.2 Pengaruh Motivasi usaha Terhadap Keberhasilan Usaha.....	61
4.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha	62
4.2.4 Pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha	62
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Implikasi Manajerial.....	64
5.3 Saran Akademis.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Toko Laris Jaya Periode 2017 – 2021	3
Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)	41
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Motivasi Usaha (X₂).....	42
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel Lokasi (X₃).....	43
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)	43
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X₁)	45
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Usaha (X₂).....	45
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X₃).....	46
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)	46
Tabel 4.11	Uji <i>One Kolmogrov-Smirnov</i>.....	50
Tabel 4.12	Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.13	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.14	Uji t (Uji Secara Parsial)	56
Tabel 4.15	Uji F (Uji Secara Simultan).....	59
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi (R²).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Atmosfer Toko Laris Jaya	2
Gambar 1.2	Denah dan Lokasi Toko Laris Jaya	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Laris Jaya.....	38
Gambar 4.2	Grafik <i>Histogram</i>	48
Gambar 4.3	Grafik <i>Normal P-Plot</i>.....	49
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan**
- Lampiran 3 Jawaban Responden Atas Variabel Kreativitas (X_1)**
- Lampiran 4 Jawaban Responden Atas Variabel Motivasi Usaha (X_2)**
- Lampiran 5 Jawaban Responden Atas Variabel Lokasi (X_3)**
- Lampiran 6 Jawaban Responden Atas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**
- Lampiran 7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X_1)**
- Lampiran 8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Usaha (X_2)**
- Lampiran 9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_3)**
- Lampiran 10 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**
- Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 12 Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang terdiri dari belasan ribu pulau dengan penduduk pantai yang besar jumlahnya. Kenyataan ini memungkinkan timbulnya struktur kehidupan perairan yang memunculkan permukiman-permukiman penduduk di sekitar garis pantai. Dalam hal ini, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari para penduduk yang bermukim di daerah pantai tersebut pada umumnya memilih pekerjaan sebagai nelayan selain pekerjaan-pekerjaan sampingan lainnya. Sumber daya pada sektor perikanan merupakan salah satu sumberdaya yang penting bagi hidup masyarakat khususnya di pemukiman penduduk di sekitar garis pantai.

Sebagai negara maritim, Indonesia menyimpan potensi kekayaan sumber daya kelautan yang belum dieksplorasi dan dieksploitasi secara optimal, bahkan sebagian belum diketahui potensi yang sebenarnya untuk itu perlu data yang lengkap, akurat sehingga laut sebagai sumber daya alternatif yang dapat diperhitungkan pada masa mendatang akan semakin berkembang.

Peranan alat-alat pancing sangat penting bagi kehidupan sosial ekonomi penduduk yang tinggal di daerah dekat laut. Sehingga banyak dari beberapa masyarakat membuka toko di bidang penjualan alat pancing tersebut guna mendorong aktivitas para pengusaha yang mencari rezeki dari laut. Melihat kondisi pesaing tersebut, membuat setiap pelaku bisnis harus meningkatkan kekuatan yang ada dengan cara memunculkan suatu perbedaan yang ada atau

suatu keunikan yang di miliki, di bandingkan pesaing lain untuk dapat menarik minat pembeli konsumen.

Toko Laris Jaya adalah salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan alat-alat pancing dan nelayan di Sei Berombang. Usaha yang sudah berjalan lebih dari lima tahun ini kurang memperhatikan Kreativitas, Dalam menjalankan suatu usaha dibutuhkan jiwa kewirausahaan yang dapat mengelola bisnis dengan baik sehingga mendapat laba yang besar, maka dari itu dibutuhkan kreativitas di dalam suatu usaha atau bisnis agar dapat bersaing dibidang usahanya, setelah semua berjalan akan ada dampak hasil yang sangat berpengaruh terhadap usaha atau bisnis yaitu akan muncul Keberhasilan Usaha.

Dalam menarik minat konsumen, dengan cara memberikan atmosfer yang menyenangkan bagi konsumen pada saat di dalam toko, karena konsumen akan merasa senang ketika melakukan sebuah transaksi pembelian di toko tersebut. Berikut ini adalah gambar atmosfer pada Toko Laris Jaya.



Gambar 1.1
Atmosfer Pada Toko Laris Jaya

Menurut Adrianto (2019:228), Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Setiap usaha atau bisnis pasti ingin mendapatkan Keberhasilan Usaha, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha, tetapi alasan laba menjadi faktor yang penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Berikut ini data penjualan pada Toko Laris Jaya selama lima tahun terakhir:

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Laris Jaya
Periode 2017 – 2021

Tahun	Jumlah (Rp)	Target Penjualan	Persentase
2021	Rp. 525.281.000	Rp.500.000.000	+ 7,98%
2020	Rp. 486.472.000	Rp.500.000.000	+ 0,15%
2019	Rp. 422.048.000	Rp.500.000.000	- 5,64%
2018	Rp. 447.291.000	Rp.500.000.000	+ 2,3%
2017	Rp. 437.225.000	Rp.500.000.000	-

Sumber: Toko Laris Jaya, 2021

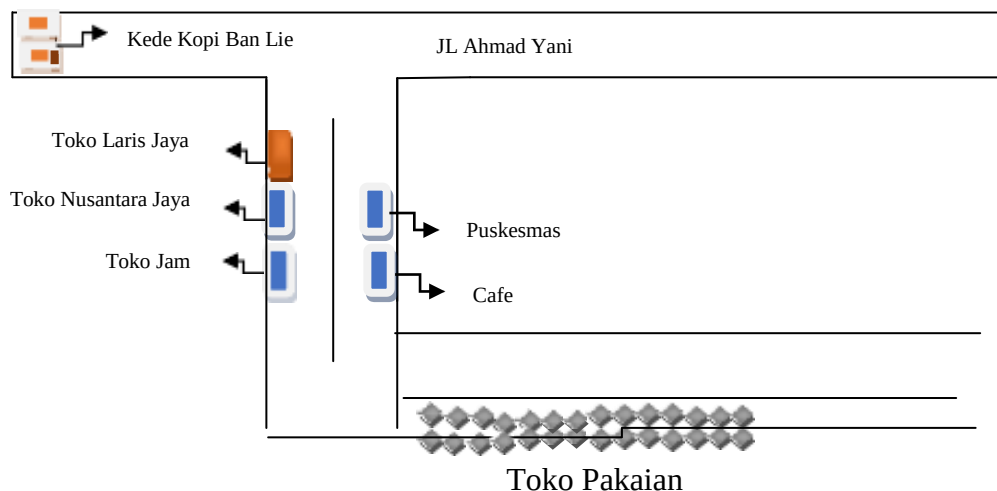
Berdasarkan pada Tabel 1.1 yang ada di atas, data penjualan Toko Laris Jaya mengalami fluktuatif, penurunan dari tahun 2018 hingga 2019, kemudian tahun 2020 dan tahun 2021 mengalami peningkatan. Dengan kreativitas yang dimiliki pemilik, motivasi untuk mendapatkan penjualan dan lokasi yan strategis diharapkan dapat terus meningkatkan keberhasilan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha adalah Kreativitas. Bahri (2022:197) mengemukakan Kreativitas adalah kemampuan berpikir untuk menciptakan sesuatu dengan cara menggabungkan atau mengkombinasikan konsep-konsep, ide-ide, gagasan- gagasan, sifat-sifat unik dan

kelas serta beragam informasi yang telah dimiliki seseorang hingga menciptakan sesuatu yang berbeda, orisinal, dan memiliki nilai serta manfaat. Toko Laris Jaya hanya menjual alat-alat pancing dan nelayan saja. Adanya keluhan dari pelanggan atas kurangnya kreativitas akan penambahan variasi produk, seperti produk mesin yang juga dapat digunakan sebagai alat penunjang pekerjaan para pengusaha dan nelayan. Sehingga wajib ditambahkan untuk memperbanyak produk dari toko.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha adalah Motivasi. Elliyana dan Sulistiyono (2020:86) mengungkapkan, Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan dorongan, atau impuls. Motivasi seseorang tergantung kepada kekuatan motifnya. Motivasi yang tinggi harus ada dalam diri seseorang yang ingin menjadi wirausaha yang sukses, karena dengan adanya motivasi berwirausaha yang tinggi dapat membentuk mental yang ada pada diri mereka untuk selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada. Adanya motivasi berwirausaha pada diri pengusaha seperti harapan untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin membuat pengusaha terus berupaya untuk mencapai target, keinginan untuk berhasil memperluas usahanya dengan memiliki banyak cabang baru, atau keinginan untuk memperoleh penghargaan sebagai distributor terbaik dengan kualitas produk yang berkualitas di Sei Berombang akan mendorong pengusaha bisnis untuk sukses dalam mengelola usahanya. Tidak tercapainya target penjualan yang diharapkan sehingga memotivasi pemilik Toko Laris Jaya untuk mendapatkan penjualan yang lebih tinggi dan menjalankan usaha dengan penuh semangat.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha adalah Lokasi. Menurut Bahri (2022:174), Lokasi adalah suatu tempat dimana sebuah perusahaan melakukan operasional bisnisnya dalam menghasilkan atau meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Lokasi yang strategis telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting. Seorang pengusaha bisnis harus mengetahui bidang usaha yang dirintis dan dalam melakukan kegiatan usahanya harus mengetahui dengan jelas bagaimana prospek bisnisnya di masa depan. Penentuan lokasi usaha merupakan hal yang penting dalam mendirikan suatu usaha. Karena semakin strategis lokasi dari usaha tersebut maka semakin memberikan dampak yang baik untuk usaha. Namun pada saat ini, lokasi Toko Laris Jaya berada pada jalan yang sempit dan lahan parkir tidak mendukung usaha untuk berjalan dengan baik. Berikut ini adalah gambar lokasi pada Toko Laris Jaya.



Gambar 1.1
Denah Lokasi Toko Laris Jaya

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka peneliti mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KREATIVITAS,**

MOTIVASI USAHA DAN LOKASI YANG STRATEGIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO LARIS JAYA”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian, yaitu:

1. Adanya keluhan dari pelanggan atas kurangnya kreativitas akan penambahan variasi produk.
2. Tidak tercapainya target penjualan produk sehingga memotivasi pemilik Toko Laris Jaya untuk mendapatkan penjualan yang lebih tinggi dengan menambahkan variasi produk dan menjalankan usaha dengan penuh semangat.
3. Lokasi Toko Laris Jaya saat ini berada pada jalan yang sempit dan lahan parkir tidak mendukung usaha untuk berjalan dengan baik.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Kreativitas (X_1), Motivasi Usaha (X_2), dan Lokasi yang Strategis (X_3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Toko Laris Jaya.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya?
2. Apakah Motivasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya?
3. Apakah Lokasi yang Strategis berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya?
4. Apakah Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi yang Strategis berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi yang Strategis terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi yang Strategis terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar peningkatan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi yang Strategis terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

2. Bagi Akademis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen Kewirausahaan mengenai variabel Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi yang Strategis terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Tentang Keberhasilan Usaha

2.11.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Sebuah keberhasilan itu ditentukan oleh faktor harapan, tujuan, rencana atau target yang hendak diraih. Seseorang akan merasa sukses jika tujuan yang direncanakan telah tercapai. Sebaliknya, kita akan merasa gagal saat hasil yang kita capai jauh meleset dari harapan. Jadi pada prinsipnya kesuksesan dan kegagalan itu hanya soal perasaan saja.

Menurut (Adrianto, 2019) Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Kemudian (Sibarani, 2019) mengungkapkan bahwa Keberhasilan Usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Menurut (Suryanto & Daryanto, 2019) Keberhasilan Usaha adalah jika dana usahanya meningkat, keuntungan bertambah, perputaran dana berkembang cepat, serta penghasilan anggota dari perusahaan tersebut bertambah. Pendapat tersebut sedikit berbeda dengan (Mulyana & Safina, 2022) yang mengemukakan bahwa Keberhasilan usaha adalah tercapainya suatu keberhasilan yang tergantung pada visi, motivasi, dan kompetensi dari setiap individu.

(Almaidah, 2019) mengemukakan Keberhasilan adalah suatu kondisi yang lebih baik dari sebelumnya, sedangkan Keberhasilan Usaha dapat diukur dengan melihat pencapaian kinerja dari usaha yang dijalankan.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Keberhasilan 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.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab. Menurut (Suryana, 2017), keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut :

1. Kemampuan dan kemauan.

Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang yang memiliki kemauan dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras.

Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.

3. Kesempatan dan peluang.

Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

2.1.1.3 Faktor-Faktor Penghambat Keberhasilan Usaha

Selain keberhasilan, seorang wirausahawan juga selalu dibayangi oleh potensi kegagalan yang akan memberikan lebih banyak pelajaran dibandingkan sekedar kesuksesan. Menurut (Suryana, 2017), faktor-faktor penghambat yang menyebabkan kegagalan dalam kewirausahaan yaitu sebagai berikut :

1. Suka meremehkan mutu
2. Suka menerobos atau mengambil jalan pintas
3. Tidak memiliki kepercayaan diri
4. Tidak berdisiplin
5. Suka mengabaikan tanggung jawab

2.1.1.4 Indikator Keberhasilan Usaha

Keberhasilan identik dengan pendapatan, dengan begitu pendapatan merupakan salah satu kriteria yang dapat dipergunakan untuk menilai keberhasilan

usaha. Menurut (Adrianto, 2019), indikator Keberhasilan Usaha adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan menyesuaikan diri
2. Produktivitas
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya

2.1.2 Teori Tentang Kreativitas

2.1.2.1 Pengertian Kreativitas

Wirausaha sejati akan berjuang dalam mewujudkan harapan menjadi kenyataan dengan mempertimbangkan semua fakta, informasi, teknologi dan data yang valid untuk menyelaraskan keinginan dan kalkulasi bisnis. Dalam menghadapi persaingan yang kompleks, diperlukan kreativitas untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup bisnis. Menurut (Kusnanto dkk, 2022), Kreativitas adalah para pemilik usaha saat melakukan proses produksi berani membuat produksi yang bervariasi, desain yang berbeda dan mampu bersaing dengan produk sejenis, menciptakan motif produk pesaing untuk menghindari terjadinya kejenuhan konsumen terhadap produk.

Kemudian menurut (Bahri, 2022), Kreativitas merupakan titik pacu dalam usaha menyongsong kemajuan melalui proses-proses perumusan ide dan gagasan baru ketika menghadapi tantangan dan masalah sehingga didapat sudut pandang akan suatu hal (baik dari bentuk pemikiran ataupun produk hasil karya) yang terbaru dan berbeda dari sebelumnya, sedangkan menurut (Alma, 2016),

Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Selanjutnya menurut (Sari dkk, 2020), Kreativitas merupakan proses mental yang menghasilkan sebuah solusi, ide, konsep, artistik, teori atau produk baru. Adapun menurut (Prasetyo, 2020), Kreativitas adalah salah satu perwujudan dari intelegensi yang berhubungan dengan penemuan sesuatu yang baru atau suatu kebaruan yang dihasilkan dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting Kreativitas merupakan suatu kemampuan pada diri seseorang yang menandai seseorang berfikir Kreatif.

2.1.2.2 Aspek Kreativitas

Pemaknaan Kreativitas sangat beragam, tetapi bila disederhanakan dapat dilihat Kreativitas terdiri dari beberapa aspek. Menurut (Bahri, 2022), aspek – aspek tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Kreativitas sebagai proses

Kreativitas dalam sudut pandang proses diarahkan pada pemaknaan terhadap proses-proses yang dilakukan untuk mendapatkan hal-hal baru atau sesuatu yang baru, berbeda dari sebelumnya.

2. Kreativitas sebagai produk

Kreativitas sebagai produk merupakan pengidentifikasian kreativitas yang dilihat dari segi produk yang dihasilkan.

3. Kreativitas sebagai pribadi

Keunikan dan kekhasan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi kreativitas yang ia miliki baik dalam segi pemikiran maupun tindakan.

2.1.2.3 Macam-Macam Kreativitas

Dalam berwirausaha yang unggul selalu menghadapi perubahan dengan cepat, berhubungan dengan imajinasi, berpikir kreatif secara sistematis dan kemampuan berproses secara logis. Menurut (Sari dkk, 2020), terdapat empat macam Kreativitas, yaitu:

1. Kreativitas imajinatif (*imaginative creativity*), yaitu kreativitas yang timbul melalui imajinasi atau rekaan mental imajiner.
2. Kreativitas alamiah (*natural creativity*), yaitu kreativitas yang timbul melalui kemampuan fisik dan mental yang biasanya tercermin dari kinerja.
3. Kreativitas perspektif (*perspective creativity*), yaitu kreativitas yang berkembang ke arah pemunculan ide-ide tentang kemungkinan hal baru.
4. Kreativitas teoretikal (*theoretical creativity*), yaitu pengembangan hubungan antara berbagai hal sebagai produk konseptualisasi abstrak didalam olah pikir deduktif.

2.1.2.4 Indikator Kreativitas

Memahami kreativitas akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat model atau perangkat tentang kewirausahaan. Menurut (Kusnanto dkk, 2022), bentuk-bentuk Kreativitas dapat dituangkan dalam beberapa indikator, yaitu:

1. Ide

Wirausaha harus memiliki ide unik dan belum pernah terpikirkan sebelumnya oleh wirausaha yang lain. Pemikiran yang kreatif dapat mengantarkan seseorang untuk menghasilkan suatu ide. Ide adalah suatu pemikiran yang menciptakan solusi untuk mengatasi masalah yang ada di masyarakat.

2. Produk

Produk merupakan salah satu bentuk kreativitas. Untuk menciptakan suatu produk, diperlukan sebuah proses kreatif sehingga produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Produk dalam hal ini berupa barang atau jasa.

3. Gagasan

Merupakan suatu olah pikir dalam mengamati fenomena yang sedang berlangsung atau terjadi. Kreativitas dapat dituangkan dalam wujud gagasan. Gagasan dalam mengatasi masalah. Gagasan dapat disampaikan secara langsung maupun tulisan seperti melalui buku, publikasi, dan lain-lain.

2.1.2 Teori Tentang Motivasi Usaha

2.1.2.1 Pengertian Motivasi Usaha

Keberanian seseorang untuk mendirikan usaha sendiri (berwirausaha) sering kali terdorong oleh motivasi orang sekitar, sehingga dapat membangkitkan minat untuk mulai mencoba berwirausaha. Menurut (Saiman, 2017), Motivasi

Berwirausaha adalah keadaan dimana seseorang merasa memiliki bekal yang cukup untuk mengelola usaha dan juga telah siap mental secara total. Sedangkan (Suryana, 2017) berpendapat bahwa Motivasi Berwirausaha adalah dorongan atau semangat untuk maju yang menjadi modal insani bagi setiap orang untuk berhasil berwirausaha.

Menurut (Dharmawati, 2016), Motivasi Berwirausaha adalah daya dorong untuk lebih maju dalam berwirausaha dan berkembang di dalam diri wirausaha. Pendapat tersebut sesuai dengan (Kusnanto dkk, 2022), Motivasi adalah semua kekuatan yang memberikan energi, daya, arah, dan dorongan untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan, baik pemenuhan kebutuhan atau pencapaian kepuasan. Kemudian (Ellyana, 2020), Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, Motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi.

2.1.2.2 Indikator Motivasi Usaha

Motivasi untuk menjadi wirausahawan adalah karena mereka akan memperoleh minimal bentuk imbalan. Menurut (Saiman, 2017), bentuk imbalan tersebut tertuang dalam beberapa indikator Motivasi Berwirausaha yaitu:

1. Laba

Dapat menentukan berapa laba yang dikehendaki, keuntungan yang diterima, dan berapa yang akan dibayarkan kepada pihak lain atau pegawainya.

2. Kebebasan

Bebas mengatur waktu, bebas dari supervise, bebas aturan main yang menekan atau intervensi orang lain, bebas dari aturan budaya organisasi atau perusahaan.

3. Impian personal

Bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang membosankan karena harus mengikuti visi, misi dan impian orang lain. Dapat menentukan visi, misi dan impiannya sendiri.

4. Kemandirian

Memiliki rasa bangga karena dapat mandiri dalam segala hal, seperti permodalan, mandiri dalam pengelolaan/manajemen, mandiri dalam pengawasan, serta menjadi manajer terhadap dirinya sendiri.

2.1.4 Teori Tentang Lokasi

2.1.4.1 Pengertian Lokasi

Pemilihan lokasi merupakan bagian yang menentukan kesuksesan untuk kegiatan usaha karena merupakan salah satu cara dalam memaksimalkan peluang yang berangkat dari ide atau gagasan bisnis tertentu. Menurut (Bahri, 2022), Lokasi Perusahaan merupakan suatu tempat dimana sebuah perusahaan melakukan

operasional bisnisnya dalam menghasilkan atau meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Sedangkan menurut (Kurniawan, 2018), Lokasi adalah tempat pengusaha menentukan letak usaha mereka dimana pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis.

Menurut (Rachmawati, 2020), Pemilihan Lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal sebab Lokasi dapat menentukan ramai atau tidaknya pengunjung, sedangkan menurut (Halim dkk, 2021), Lokasi adalah tempat organisasi memilih untuk menemukan produk atau layanannya sehingga konsumen sasaran dapat dengan mudah mengaksesnya dan menurut (Wijayanti, 2017), Lokasi merupakan hasil kebijakan tentang distribusi dan tingkatan pelayanan terhadap konsumen yang meliputi jaringan distribusi, area, transportasi, dan penyediaan produk yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli yang ada diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi merupakan sebuah tempat dilaksanakannya berbagai kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembelian untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran.

2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi yang Strategis

Memilih lokasi usaha merupakan salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum perusahaan mulai beroperasi. Lokasi merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan karena dapat memengaruhi perkembangan dan

kelangsungan hidup perusahaan. Menurut (Saiman, 2017), terdapat enam faktor dalam memilih lokasi usaha yang ideal, yaitu:

1. Tersedia sumber daya. Tersedianya berbagai sumber daya, terutama bahan mentah sebagai bahan baku produksi, tenaga kerja, dan sarana transportasi akan membantu pengusaha dalam banyak hal.
2. Pilihan pribadi wirausahawan. Pertimbangan pilihan dalam menentukan tempat usaha disesuaikan dengan keinginan kuat wirausahawan itu sendiri.
3. Pertimbangan gaya hidup keluarga; lebih banyak hidup untuk keluarga. Wirausahawan memilih gaya hidup dengan fokus untuk semata-mata lebih mementingkan keharmonisan rumah tangga atau keluarga daripada kepentingan bisnis.
4. Kemudahan dalam mencapai konsumen. Seorang pengusaha dalam menentukan tempat usahanya beorientasi pada pasar (pusat konsentrasi pada konsumen berada).
5. Kondisi lingkungan bisnis. Seorang pengusaha memilih lokasi dengan lingkungan bisnis bertumbuh dan berkembang dan juga sebagai tempat atau sentra (pusat) bisnis.
6. Tersedianya tempat dan biaya. Untuk menentukan usahanya, seorang pengusaha telah menyediakan tempat tinggal, demikian juga biayanya, sehingga ia dapat memilih jenis usaha yang akan dijalankan dengan memiliki tempat dan biaya tersebut.

2.1.4.3 Indikator Lokasi

Setiap perusahaan memiliki cara pandang sendiri dalam menilai apakah suatu lokasi di suatu daerah dapat dikatakan strategis ataukah tidak bagi perusahaannya, sehingga ukuran strategis suatu lokasi bagi sebuah perusahaan belum tentu dinilai sama bagi perusahaan yang lain. Menurut (Bahri, 2022), karakteristik suatu Lokasi yang dikatakan strategis untuk menjalankan usaha memiliki beberapa indikator, yaitu:

1. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan meminimalkan biaya.
2. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memaksimalkan pendapatan perusahaan.
3. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memudahkan proses-proses pengiriman berikut memberi kesempatan kepada perusahaan untuk meminimalkan biaya yang diperlukan tanpa mengurangi mutu dan kualitas dari barang ataupun bahan baku produk yang dipindahkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Anis Eliyana, Mustafin, Ahmad Rizki Sridadi dan	Influence of Satisfaction and Motivation on	Independen X_1 = Satisfaction X_2 = Motivation	Based on the results of data Job Satisfaction has a

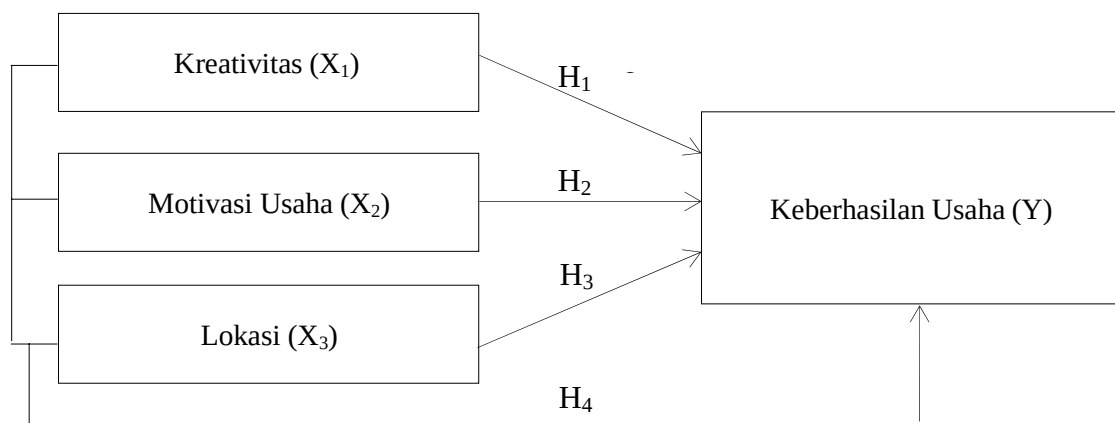
No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Eko Abdiyanto (2021) A multifaceted review journal in the field of pharmacy Sys Rev Pharm 2020;11(8):320-327 Surabaya	Business Success Surabaya	Dependen $Y = \text{Business Success}$	positive and significant effect on business success and Motivation has a positive and significant effect on business success.
2	Fitri Masraya Siregar, Zulkifli Musannip Efendi Siregar dan Pitriyani (2021) Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 4, No 3, August 2021, Page: 3926-3932 ISSN: 2615-3076 Labuhanbatu	The Influence of Entrepreneurial Competence, Motivation and Innovation on SMEs Performance	Independen $X_1 = \text{Entrepreneurship Competence}$ $X_2 = \text{Motivation}$ $X_3 = \text{Innovation}$ Dependen $Y = \text{MSME Performance}$	The results of the study found 1) Entrepreneurial competence has no positive and significant effect on innovation. 2) Motivation has a positive and significant effect on innovation. 3) Entrepreneurial competence has a positive and significant effect on MSME performance. 4) Motivation has a positive and significant effect on MSME performance. 5) Innovation has a positive and significant effect on MSME performance
3	Siti Samsiyah dan Catur Ade Alfian (2021) International Journal of Economics, Business and Accounting	Home Business Creativity, New Model Innovation for New Normal Era MSMEs in Ngagel Rejo Village, Surabaya City	Independen $X_1 = \text{Creativity}$ $X_2 = \text{Innovation}$ Dependen $Y = \text{MSMEs New Normal}$	The results of the analysis carried out using the t-test concluded that the variables of New Model Innovation Creativity and Home Business

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	Research (IJE BAR) PGRI Adi Buana University Surabaya Indonesia Vol-5, Issue-3, September 2021 (IJE BAR) ISSN: 2614-1280 Surabaya			have a partial and significant effect on SMEs in the new normal era.
4	Dwi Gemina, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih (2016) Jurnal Manajemen Teknologi, Vol. 15 No. 3, Oktober 2016 SINTA 2 Bogor	Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Menengah Makanan Ringan Priangan Indonesia	Independen $X_1 = \text{Motivasi Usaha}$ Dependen $Y = \text{Keberhasilan Usaha}$	Hasil penelitian didapatkan bahwa bahwa Motivasi Usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Menengah Makanan Ringan Priangan
5	Soriyana Harahap, Nur'ain Harahap (2022) Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Vol. 2 No. 2 Bulan Oktober 2021- Maret 2022 E-ISSN 2723- 6951	Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Menengah (UMKM) di desa Patumbak Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang	Independen $X_1 = \text{Kreativitas}$ Dependen $Y = \text{Keberhasilan Usaha}$	Hasil penelitian didapatkan bahwa bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Patumbak Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan semakin tinggi tingkat

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	SINTA 5 Deli Serdang			keaktivitas yang diterapkan di dalam usaha, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat juga.

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

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

- H₁: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
- H₂: Terdapat pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
- H₃: Terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris

Jaya.

H₄: Terdapat pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Laris Jaya yang beralamat di Sei Berombang, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan dari bulan Maret sampai dengan April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2018), jenis data terbagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Metode Penelitian Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna generalisasi.”

2. Metode Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi

atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2018), sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau orang lain.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Laris Jaya selama periode 2017-2021 yang jumlahnya tidak pasti atau tidak dapat diketahui.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan populasi dari yang tidak diketahui dan bias jumlah konsumen yang melakukan pembelian, maka menurut Hair, dkk (2017) merekomendasikan dimana jumlah dari sampel minimal adalah 5 kali dan maksimal adalah 10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian terdapat 14 indikator, jumlah indikator yang digunakan adalah: Sampel minimum = jumlah indikator $\times$ 5 = $14 \times 5 = 70$ responden, Sampel maksimum = jumlah indikator $\times$ 10 = $14 \times 10 = 140$ responden. Pada penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 140 responden dari konsumen Toko Laris Jaya, Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana konsumen yang ditemui terlebih dahulu secara kebetulan akan dijadikan sebagai sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018), “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain maka ada dua macam variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen (Variabel Bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen (Variabel Terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Berikut ini adalah unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Kreativitas (X ₁)	Kreativitas adalah para pemilik usaha saat melakukan proses produksi berani membuat produksi yang bervariasi, desain yang berbeda dan mampu bersaing dengan produk sejenis, menciptakan motif produk pesaing untuk menghindari terjadinya kejenuhan konsumen terhadap produk.	1. Ide 2. Produk 3. Gagasan Sumber: Kusnanto dkk (2022:47)	Skala <i>Likert</i>
Motivasi (X ₂)	Motivasi Berwirausaha adalah keadaan dimana seseorang merasa memiliki bekal yang cukup untuk mengelola usaha dan juga telah siap mental secara total.	1. Laba 2. Kebebasan 3. Impian Personal 4. Kemandirian Sumber: Saiman (2017:25)	Skala <i>Likert</i>
Lokasi (X ₃)	Lokasi Perusahaan merupakan suatu tempat dimana sebuah perusahaan melakukan operasional bisnisnya dalam menghasilkan atau meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan	1. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan meminimalkan biaya. 2. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
	laba sebesar-besarnya.	memaksimalkan pendapatan perusahaan. 3. Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memudahkan proses-proses pengiriman Sumber: Bahri (2022:181)	
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai.	1. Kemampuan menyesuaikan diri 2. Produktivitas 3. Kepuasan kerja 4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya Sumber: Adrianto (2019:228)	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Data Diolah (2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2018), teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.
2. Kuesioner (Angket), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Sugiyono (2018:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur

sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap *item* instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.2
Skala Likert

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

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan *alpha* sebesar 5% dengan ketentuan:

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

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018), Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas 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.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi sering dalam mencocokkan model prediksi ke dalam sebuah model yang telah dimasukkan ke dalam serangkaian data. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linear antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada beberapa metode untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut (Ghozali, 2018), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Grafik Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

Output Normal Probability Plot menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik

Normal Probability Plot mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

Menurut (Ghozali, 2018), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya:

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

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018), multikolinearitas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik

menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2018), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keberhasilan Usaha (*dependent variabel*)
- X₁ = Kreativitas (*independent variabel*)
- X₂ = Motivasi (*independent variabel*)
- X₃ = Lokasi (*independent variabel*)
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel Kreativitas
- b₂ = koefisien variabel Motivasi
- b₃ = koefisien variabel Lokasi
- e = persentase kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut (Ghozali, 2018), “uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.

Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Kreativitas; Motivasi; Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Kreativitas; Motivasi; Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

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

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Serempak)

Menurut (Ghozali, 2018), “uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat”. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Kreativitas, Motivasi dan Lokasi secara serempak tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Kreativitas, Motivasi dan Lokasi secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

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

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

(Ghozali, 2018) mengemukakan analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Toko Laris Jaya

Toko Laris Jaya adalah salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan alat-alat pancing dan nelayan di Sei Berombang. Produk dari Toko Laris Jaya lebih banyak dijual kepada konsumen ataupun nelayan. Toko ini sudah berdiri lebih dari lima tahun. Dengan bantuan dua orang karyawan, pemilik menjalankan usaha ini dengan penuh semangat.

Salah satu langkah yang tempuh oleh Toko Laris Jaya dalam menyambut tantangan masa depan adalah dengan menyiapkan produk untuk mengembangkan toko sehingga produk dapat dikenal oleh konsumen. Ini semua menjadi modal toko untuk melangkah menuju masa depan yang lebih cerah.

4.1.2 Visi, Misi dan Struktur Organisasi Toko Laris Jaya

4.1.2.1 Visi Toko Laris Jaya

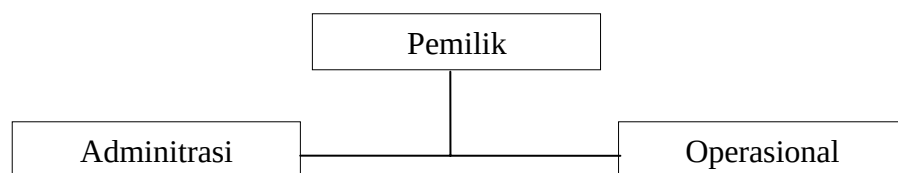
Visi toko adalah menjadi penyedia produk alat-alat pancing dan nelayan terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan pemilik toko.

4.1.2.2 Misi Toko Laris Jaya

Misi toko adalah :

1. Memberikan pelayanan bagi konsumen serta memberikan produk alat pancing yang lengkap.
2. Sebagai tempat berbelanja alat dan bahan pancing dengan produk yang lengkap serta peduli terhadap lingkungan.

4.1.2.3 Struktur Organisasi Toko Laris Jaya



Sumber : Toko Laris Jaya, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Toko Laris Jaya

Tugas masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Pemilik

Tugas dan tanggung jawab seorang pemilik adalah :

- a. Bertanggung jawab atas strategi dan operasional toko
- b. Mengkoordinir kegiatan di luar dan di dalam toko
- c. Memantau kegiatan sehari - hari yang dijalankan oleh masing - masing bagian sesuai dengan ketentuan toko.
- d. Memberikan saran serta suasana kerja yang lebih baik dan memberikan penilaian kepada masing – masing bagian.

2. Bagian Administrasi

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Bertugas mencatat segala kegiatan transaksi
- b. Menyelesaikan tugas administrasi pada toko
- a. Bertugas untuk menerima dan mengeluarkan semua tagihan dari pelanggan
- c. Mencatat setiap penerimaan dan pengeluaran kas

3. Staf Operasional

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

- a. Mengawasi barang yang keluar masuk
- b. Bertugas untuk memonitor pekerjaan ditoko
- c. Bertanggung jawab terhadap barang, mengawasi dan mengurus barang dengan baik.

4.1.3 Karakteristik Responden

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan Usia seperti pada Tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	21 – 30 Tahun	42 orang	30,00%
2	31 – 40 Tahun	70 orang	50,00%
3	> 40 Tahun	28 orang	20,00%
Jumlah		140 orang	100 %

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Toko Laris Jaya memiliki Usia di antara 31 - 40 tahun yaitu sebanyak 70 orang (50,00%) dan yang paling kecil memiliki Usia lebih besar dari 40 tahun yaitu sebanyak 28 orang (20,00%).

4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan Pekerjaan seperti pada Tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Nelayan	89 orang	63,60%
2	Wiraswasta	30 orang	21,40%
3	Pegawai Swasta	21 orang	15,00%
Jumlah		140 orang	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Toko Laris Jaya memiliki pekerjaan sebagai nelayan yaitu sebanyak 89 orang (63,60%) dan yang paling kecil memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 21 orang (15,00%).

4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of*

freedom (df) = n-2, dalam ini adalah jumlah sampel. Jadi (df) yang digunakan adalah 30-2 = 28 dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361 dengan ketentuan:

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

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Kreativitas (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Ide			
Toko Laris Jaya dapat dengan mudah mendapatkan ide untuk menambah variasi produk	0,729	0,361	Valid
Toko Laris Jaya dapat memperoleh ide yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.	0,814	0,361	Valid
Produk			
Toko Laris Jaya memiliki produk yang masih original	0,653	0,361	Valid
Toko Laris Jaya menawarkan produk yang berbeda dan terbaru sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencoba.	0,846	0,361	Valid
Gagasan			
Toko Laris Jaya mencari sumber yang ada sesuai dengan kebutuhan.	0,718	0,361	Valid
Toko Laris Jaya selalu mengevaluasi produk terlebih dahulu.	0,689	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.3 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kreativitas

dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Motivasi Usaha (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Motivasi Usaha (X_2)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Laba			
Toko Laris Jaya termotivasi untuk memperoleh keuntungan/laba yang maksimal	0,487	0,361	Valid
Toko Laris Jaya membuat target untuk keuntungan/laba yang ingin didapatkan	0,423	0,361	Valid
Kebebasan			
Toko Laris Jaya lebih leluasa mengambil keputusan dalam menjalankan usaha miliknya	0,540	0,361	Valid
Toko Laris Jaya bebas berkreasi dan memilih produk yang ingin dijual	0,641	0,361	Valid
Impian Personal			
Toko Laris Jaya mempunyai visi dan misi dari usaha yang ia jalankan	0,732	0,361	Valid
Toko Laris Jaya ingin mencapai standar hidup yang diharapkan dari hasil usahanya	0,644	0,361	Valid
Kemandirian			
Toko Laris Jaya mengandalkan kemampuan dirinya untuk mencapai keberhasilan	0,854	0,361	Valid
Toko Laris Jaya mempunyai semangat yang tinggi dalam memajukan usahanya	0,753	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.4 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Motivasi Usaha menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Motivasi Usaha dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Lokasi (X_3) dapat dilihat pada Tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Lokasi (X₃)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan meminimalkan biaya			
Lokasi Toko Laris Jaya sangat dekat dengan pemukiman masyarakat.	0,525	0,361	Valid
Lokasi Toko Laris Jaya banyak di lalui oleh konsumen.	0,487	0,361	Valid
Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memaksimalkan pendapatan perusahaan			
Toko Laris Jaya berada pada area perdagangan.	0,566	0,361	Valid
Toko Laris Jaya dapat dengan mudah mempromosikan produknya pada lokasi sekitar.	0,664	0,361	Valid
Penetapan dan pemilihan suatu Lokasi usaha akan memudahkan proses-proses pengiriman			
Toko Laris Jaya memiliki akses jalan yang mudah dilalui tanpa adanya kemacetan.	0,674	0,361	Valid
Toko Laris Jaya mempunyai area parkir yang memadai untuk konsumen.	0,556	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.5 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Lokasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Lokasi dinyatakan telah valid. Hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha dapat dilihat pada Tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Kemampuan Menyesuaikan Diri			
Toko Laris Jaya mampu untuk mempelajari banyak hal sehingga pengetahuan yang diperoleh dapat	0,590	0,361	Valid

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
dipergunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi			
Toko Laris Jaya mampu untuk belajar dan memanfaatkan pengalaman merupakan hal yang penting bagi penyesuaian diri yang normal.	0,774	0,361	Valid
Produktivitas			
Toko Laris Jaya yang dijalankan oleh seorang wirausaha mengalami peningkatan omset penjualan	0,872	0,361	Valid
Target produktivitas Toko Laris Jaya sudah disusun dan direncanakan dengan baik	0,794	0,361	Valid
Kepuasan Kerja			
Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Laris Jaya	0,472	0,361	Valid
Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Laris Jaya	0,829	0,361	Valid
Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya			
Toko Laris Jaya sudah berhasil memperoleh laba setiap bulannya	0,777	0,361	Valid
Toko Laris Jaya melakukan inovasi produk dan pemeliharaan agar kualitas produk semakin baik	0,860	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.6 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Keberhasilan Usaha dinyatakan telah valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji

reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh, yaitu:

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.

Hasil uji reliabilitas variabel Kreativitas (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X_1)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.822	6

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir *item* untuk variabel Kreativitas (X_1) tersebut sebesar 0,822 berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik. Hasil uji reliabilitas variabel Motivasi Usaha (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Usaha (X_2)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.778	8

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Motivasi Usaha (X_2) tersebut sebesar 0,778 berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan

diterima. Hasil uji reliabilitas variabel Lokasi (X_3) dapat dilihat pada Tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_3)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.603	6

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.9 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa keenam butir *item* untuk variabel Lokasi (X_3) tersebut sebesar 0,766 berada diantara 0,6-0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima. Hasil uji reliabilitas variabel Keberhasilan Usaha dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.871	8

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.10 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa kedelapan butir *item* untuk variabel Keberhasilan Usaha (Y) tersebut sebesar 0,871 berada di atas 0,8, sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

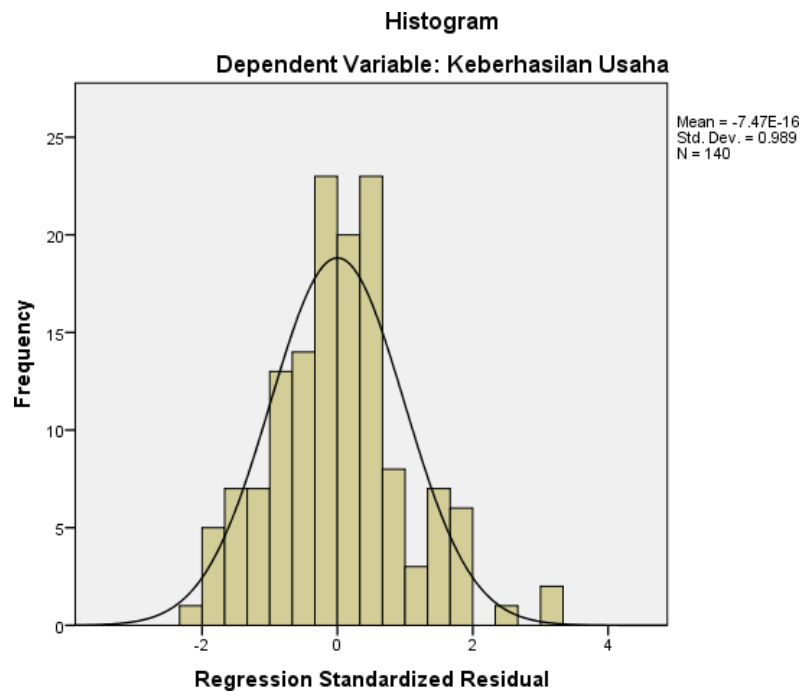
4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

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

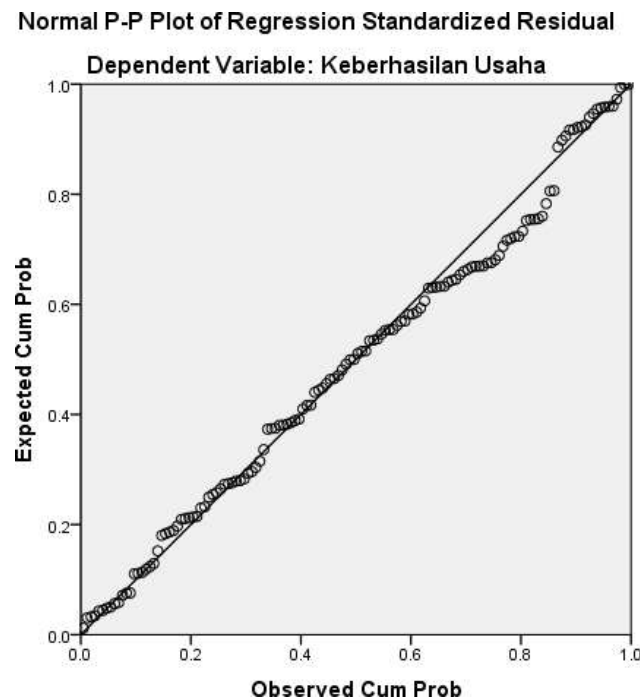
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram seperti pada Gambar 4.1 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.1
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.1 di atas dilihat bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini uji normalitas melalui grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Gambar 4.2
Grafik Normal P-P Plot

Dari Gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11
Uji One Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	140
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	
Mean	.0000000
Std. Deviation	3.26789316
<i>Most Extreme Differences</i>	
Absolute	.080
Positive	.080
Negative	-.036
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	.952
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.325

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,325 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *Tolerance* dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kreativitas	.601	1.664
Motivasi Usaha	.653	1.532
Lokasi	.694	1.441

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

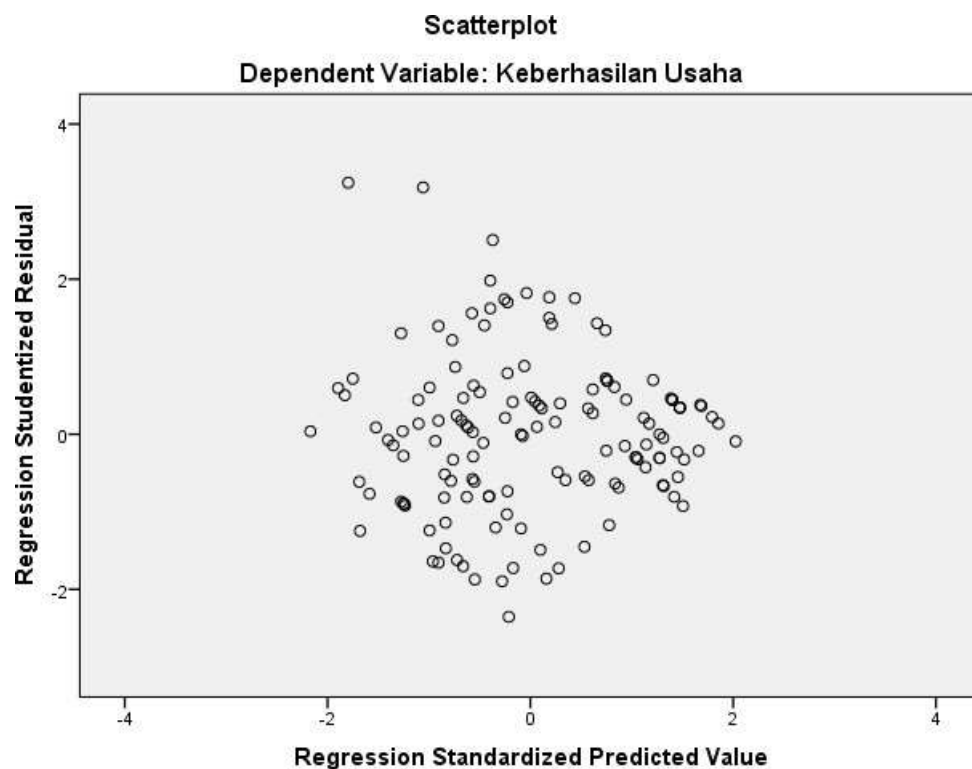
Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.12 di atas diketahui nilai *TOLERANCE* yang diperoleh untuk variabel Kreativitas adalah 0,601 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,664 yang kurang dari 10, nilai *TOLERANCE* yang diperoleh untuk variabel Motivasi Usaha adalah 0,653 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,532 yang kurang dari 10, nilai *TOLERANCE* yang diperoleh untuk variabel Lokasi adalah 0,694 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,441 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.3 di bawah ini:



Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti

tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Keberhasilan Usaha berdasarkan Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi.

4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keberhasilan Usaha (*dependent variabel*)
- X₁ = Kreativitas (*independent variabel*)
- X₂ = Motivasi (*independent variabel*)
- X₃ = Lokasi (*independent variabel*)
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel Kreativitas
- b₂ = koefisien variabel Motivasi
- b₃ = koefisien variabel Lokasi
- e = persentase kesalahan

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.13 di bawah ini :

Tabel 4.13
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.600	2.176		-1.195	.234		
Kreativitas	.747	.102	.485	7.343	.000	.601	1.664
Motivasi Usaha	.292	.069	.268	4.225	.000	.653	1.532
Lokasi	.315	.095	.203	3.304	.001	.694	1.441

a. *Dependent Variable:* Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2022

Dari Tabel 4.13 di atas, diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Keberhasilan Usaha} = -2,600 + 0,747 \text{ Kreativitas} + 0,292 \text{ Motivasi Usaha} + 0,315 \text{ Lokasi} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. -2,600 artinya: jika Keberhasilan Usaha yang diteliti konstan, maka Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya adalah sebesar -2,600.
2. 0,747 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Kreativitas (X_1) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha bertambah sebesar 0,747 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Motivasi Usaha (X_2) dan Lokasi (X_3) dianggap konstan.
3. 0,292 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Motivasi Usaha (X_2) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha bertambah sebesar 0,292

satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kreativitas (X_1) dan Lokasi (X_3) dianggap konstan.

4. 0,315 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel Lokasi (X_3) akan menyebabkan Keberhasilan Usaha bertambah sebesar 0,315 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel Kreativitas (X_1) dan Motivasi Usaha (X_2) dianggap konstan.

4.1.7 Pengujian Hipotesis

4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Kreativitas; Motivasi Usaha; Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Kreativitas; Motivasi Usaha; Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 5\%$.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

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

Tabel 4.14
Uji t (Uji Secara Parsial)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.600	2.176		-1.195	.234
	Kreativitas	.747	.102	.485	7.343	.000
	Motivasi Usaha	.292	.069	.268	4.225	.000
	Lokasi	.315	.095	.203	3.304	.001

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

H_1 : Adanya pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa variabel Kreativitas memiliki koefisien regresi sebesar 7,343 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kreativitas memberikan pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Nilai t_{hitung} (7,343) > t_{tabel} (1,977). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Kreativitas secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Nilai signifikansi variabel Kreativitas sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kreativitas signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan

Usaha pada Toko Laris Jaya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_1) didukung.

H_2 : Adanya pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa variabel Motivasi Usaha memiliki koefisien regresi sebesar 4,225 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Motivasi Usaha memberikan pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Nilai $t_{hitung} (4,225) > t_{tabel} (1,977)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Motivasi Usaha secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Nilai signifikansi variabel Motivasi Usaha sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Motivasi Usaha signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Motivasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H_2) didukung.

H_3 : Adanya pengaruh Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa variabel Lokasi memiliki koefisien regresi sebesar 3,304 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Lokasi memberikan pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Nilai $t_{hitung} (3,304) > t_{tabel} (1,977)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga Lokasi

secara parsial berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Nilai signifikansi variabel Lokasi sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Lokasi signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga (H_3) didukung.

4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$, Artinya Kreativitas, Motivasi dan Lokasi secara serempak tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$, Artinya Kreativitas, Motivasi dan Lokasi secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

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

Tabel 4.15
Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2681.394	3	893.798	81.889	.000 ^a
	Residual	1484.398	136	10.915		
	Total	4165.793	139			

a. Predictors: (Constant), Motivasi Usaha, Kreativitas, Lokasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

H₄: Adanya pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.15 di atas terlihat nilai F_{hitung} sebesar 81,889. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 136$ maka nilai F_{tabel} adalah 2,67. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis empat (H_4) didukung.

4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Tabel 4.16
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.802 ^a	.644	.636	3.304

a. *Predictors: (Constant), Motivasi Usaha, Kreativitas, Lokasi*

b. *Dependent Variable: Keberhasilan Usaha*

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari Tabel 4.16 di atas atasdiketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,636. Hal ini menunjukkan bahwa 63,60% Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya dipengaruhi oleh variabel Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi, sedangkan sisanya yaitu 36,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Kreativitas akan penambahan variasi produk, seperti produk mesin yang juga dapat digunakan sebagai alat penunjang pekerjaan para pengusaha dan nelayan. Sehingga wajib ditambahkan untuk memperbanyak produk dari toko. Kreativitas dalam hal tersebut dapat menjadi jembatan untuk konsumen lebih

intens membeli produk pada perusahaan yang mengakibatkan peningkatan pada Keberhasilan Usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Siti Samsiyah dan Catur Ade Alfian (2021) dengan judul penelitian “*Home Business Creativity, New Model Innovation for New Normal Era MSMEs in Ngagel Rejo Village, Surabaya City*” yang membuktikan bahwa Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

4.2.2 Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Motivasi Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Motivasi berwirausaha pada diri pengusaha seperti harapan untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin membuat pengusaha terus berupaya untuk mencapai target, atau keinginan untuk memperoleh penghargaan sebagai distributor terbaik dengan kualitas produk yang berkualitas di Sei Berombang akan mendorong pengusaha bisnis untuk sukses dalam mengelola usahanya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Dwi Gemina, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Menengah Makanan Ringan Priangan Indonesia” yang membuktikan bahwa Motivasi Usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

4.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Seorang pengusaha bisnis harus mengetahui bidang usaha yang dirintis dan dalam melakukan kegiatan usahanya harus mengetahui dengan jelas bagaimana prospek bisnisnya di masa depan. Penentuan lokasi usaha merupakan hal yang penting dalam mendirikan suatu usaha. Karena semakin strategis lokasi dari usaha tersebut maka semakin memberikan dampak yang baik untuk usaha.

4.2.4 Pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya. Variabel Kreativitas mempunyai pengaruh terbesar terhadap Keberhasilan Usaha oleh sebab itu pihak Toko Laris Jaya perlu meningkatkan lagi Kreativitas yang masih kurang melalui indikatornya yaitu Ide, Produk dan Gagasan agar sesuai dengan selera konsumen. Dampak terhadap peningkatan Kreativitas tersebut akan meningkatkan Keberhasilan Usaha sehingga pada akhirnya akan membawa keuntungan bagi toko.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi sebesar satu-satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat.
2. Kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
3. Motivasi Usaha secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
4. Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
5. Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.
6. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kreativitas, Motivasi Usaha, dan Lokasi keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Laris Jaya.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. Kreativitas (X_1) dapat meningkatkan Keberhasilan Usaha (Y), dimana:
 - a. Toko Laris Jaya memiliki produk yang masih original, hal tersebut membuat produk pada toko dipercaya keasliannya. Garansi juga diberikan bila produk dibeli rusak dalam waktu 1x24 jam.
 - b. Menjadikan Toko Laris Jaya sebagai toko yang membantu kehidupan sosial sehingga menunjang Kreativitas yang lebih baik. Sehingga toko dapat menawarkan produk yang berbeda dan terbaru.
2. Toko Laris Jaya harus lebih memperhatikan Motivasi Usaha (X_2) dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha (Y), dimana:
 - a. Toko Laris Jaya membuat target untuk keuntungan/laba yang ingin didapatkan, sehingga motivasi berwirausaha pada diri pengusaha untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin membuat pengusaha terus berupaya untuk mencapai target.
 - b. Toko Laris Jaya mengandalkan kemampuan dirinya untuk mencapai keberhasilan, dengan tidak tercapainya target penjualan yang diharapkan sehingga memotivasi pemilik Toko Laris Jaya untuk mendapatkan penjualan yang lebih tinggi dan menjalankan usaha dengan penuh semangat.
3. Toko Laris Jaya harus lebih memperhatikan Lokasi (X_3) dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha (Y), dimana:

- a. Toko Laris Jaya diharapkan dapat mendorong agar persaingan pada sekitar toko tidak semerawut dan tetap kondusif karena dekat dengan pemukiman masyarakat.
- b. Toko Laris Jaya menjaga kebersihan dan kerapian toko. Dengan demikian, konsumen akan merasa nyaman melakukan pembelian kembali. Toko juga memiliki akses jalan yang mudah dilalui tanpa adanya kemacetan.

5.3 Saran Akademis

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain adalah:

- a. Menambah variabel penelitian
Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha selain Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi, misalnya variabel Harga, Kualitas Produk dan Atribut Produk.
- b. Perluasan Cakupan Geografis
Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu Toko Laris Jaya. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa toko alat pancing di Kota Sei Berombang.

c. Menambah Jumlah Responden.

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

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, S. (2019). *PENEROKA Kepemimpinan Sekolah*. PT. Elex Media Komputindo.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.

- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.

- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.

- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE Eka Prasetya yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS, MOTIVASI USAHA DAN LOKASI YANG STRATEGIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO LARIS JAYA”**.

Sebagai salah satu persyaratan penyelesaian studi S1 Manajemen, maka penulis mengharapkan bantuan Bpk/Ibu/Saudara/I sebagai responden untuk memberi pilihan jawaban melalui daftar pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Bpk/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

I. Identitas Responden

1. Nama :

2. Usia : < 20 Tahun 31 - 40 Tahun

21- 30 Tahun > 40 Tahun

3. Pekerjaan : Nelayan Pegawai Swasta

Wiraswasta	Lainnya
------------	---------

II. Petunjuk Pengisian

Dimohon dengan hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I memberikan tanggapan/jawaban terhadap pernyataan dibawah ini dengan *Check List* (✓) pada kolom yang tersedia.

Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

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

Daftar Pernyataan

Kuesioner Variabel Kreativitas (X₁)

	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Ide						
1	Toko Laris Jaya dapat dengan mudah mendapatkan ide untuk menambah variasi produk					
2	Toko Laris Jaya dapat memperoleh ide yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
Produk						
3	Toko Laris Jaya memiliki produk yang masih original					
4	Toko Laris Jaya menawarkan produk yang berbeda dan terbaru sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencoba.					
Gagasan						
5	Toko Laris Jaya mencari sumber yang ada sesuai dengan kebutuhan.					
6	Toko Laris Jaya selalu mengevaluasi produk terlebih dahulu.					

Kuesioner Variabel Motivasi Usaha (X₂)

No.	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Laba						
1	Toko Laris Jaya termotivasi untuk memperoleh keuntungan/laba yang maksimal					
2	Toko Laris Jaya membuat target untuk keuntungan/laba yang ingin didapatkan					
Kebebasan						
3	Toko Laris Jaya lebih leluasa mengambil keputusan dalam menjalankan usaha miliknya					
4	Toko Laris Jaya bebas berkreasi dan memilih produk yang ingin dijual					
Impian Personal						
5	Toko Laris Jaya mempunyai visi dan misi dari usaha yang ia jalankan					
6	Toko Laris Jaya ingin mencapai standar hidup yang diharapkan dari					

3	Toko Laris Jaya yang dijalankan oleh seorang wirausaha mengalami peningkatan omset penjualan					
4	Target produktivitas Toko Laris Jaya sudah disusun dan direncanakan dengan baik					
Kepuasan Kerja						
5	Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Laris Jaya					
6	Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Laris Jaya					
Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya						
7	Toko Laris Jaya sudah berhasil memperoleh laba setiap bulannya					
8	Toko Laris Jaya melakukan inovasi produk dan pemeliharaan agar kualitas produk semakin baik					

Terima Kasih

LAMPIRAN 2

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	42	30.0	30.0
	31-40 Tahun	70	50.0	80.0
	> 40 Tahun	28	20.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0

Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nelayan	89	63.6	63.6
	Wiraswasta	30	21.4	85.0
	Pegawai Swasta	21	15.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0

LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Atas Variabel Kreativitas (X₁)

RESPONDEN	KREATIVITAS (X ₁)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X ₁
1	3	2	3	2	5	4	19
2	5	4	5	4	3	2	23
3	3	2	3	2	3	3	16
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	2	3	17
6	2	3	2	3	3	4	17
7	3	4	3	4	3	3	20
8	3	3	3	3	3	4	19
9	3	4	3	4	5	5	24
10	5	5	5	5	2	4	26
11	2	4	3	1	2	4	16
12	2	4	2	4	5	4	21
13	5	4	5	4	4	5	27
14	4	5	4	5	5	4	27
15	5	4	5	4	5	5	28
16	5	5	5	5	4	5	29
17	4	5	4	5	5	5	28
18	5	5	5	5	4	5	29
19	4	5	4	5	5	4	27
20	5	4	5	4	4	4	26
21	4	4	4	4	3	4	23
22	3	4	3	4	3	2	19
23	3	2	3	2	5	4	19
24	5	4	3	3	4	4	23
25	4	4	4	4	3	4	23
26	3	4	3	4	2	4	20
27	2	4	2	4	4	3	19
28	4	3	2	4	5	5	23
29	5	5	4	5	4	3	26
30	4	3	2	4	4	3	20
31	4	3	3	4	4	3	21
32	4	3	3	4	5	4	23
33	5	4	3	5	5	4	26
34	5	4	4	5	4	2	24
35	4	2	3	4	5	4	22
36	5	4	4	5	4	5	27

RESPONDEN	KREATIVITAS (X1)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
37	4	5	5	4	5	4	27
38	5	4	4	5	4	5	27
39	4	5	4	4	5	4	26
40	5	4	4	5	4	4	26
41	4	4	5	4	4	5	26
42	4	5	4	5	5	5	28
43	5	5	5	5	5	4	29
44	5	4	5	4	5	5	28
45	5	5	5	5	4	4	28
46	4	4	5	4	4	5	26
47	4	5	4	5	4	5	27
48	4	5	4	4	4	4	25
49	4	4	4	3	2	4	21
50	2	4	2	3	3	1	15
51	3	1	3	2	4	1	14
52	4	1	5	4	4	4	22
53	4	4	3	3	4	4	22
54	4	4	3	3	4	3	21
55	4	3	3	3	3	3	19
56	3	3	2	3	3	4	18
57	3	4	3	4	2	3	19
58	2	3	3	3	4	3	18
59	4	3	3	4	2	3	19
60	2	3	5	5	3	3	21
61	3	3	3	4	3	3	19
62	3	3	2	4	3	5	20
63	3	5	5	4	4	4	25
64	4	4	4	5	3	4	24
65	3	4	5	4	4	2	22
66	4	2	5	5	5	3	24
67	5	3	4	5	1	4	22
68	1	4	5	5	4	3	22
69	4	3	4	5	4	4	24
70	4	4	5	4	5	4	26
71	5	4	4	4	4	4	25
72	4	4	3	4	5	4	24
73	5	4	3	2	5	3	22
74	5	3	5	4	5	3	25
75	5	3	4	4	5	3	24

RESPONDEN	KREATIVITAS (X1)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
76	5	3	3	4	4	4	23
77	4	4	2	4	4	4	22
78	4	4	2	4	4	4	22
79	4	4	4	5	2	4	23
80	2	4	2	4	3	3	18
81	3	3	3	4	4	4	21
82	4	4	3	4	4	4	23
83	4	4	3	5	4	4	24
84	4	4	4	5	2	2	21
85	2	2	3	4	4	4	19
86	4	4	4	5	2	2	21
87	2	2	5	4	3	3	19
88	3	3	4	5	3	3	21
89	3	3	4	4	3	3	20
90	3	3	4	5	4	4	23
91	4	4	5	4	4	3	24
92	4	3	4	5	4	4	24
93	4	4	5	5	5	5	28
94	5	5	5	4	4	4	27
95	4	4	5	5	4	4	26
96	4	4	5	4	4	3	24
97	4	3	4	4	2	3	20
98	2	3	2	5	4	3	19
99	4	3	4	4	4	4	23
100	4	4	4	5	5	4	26
101	5	4	5	4	3	2	23
102	3	2	3	2	3	3	16
103	3	3	3	3	3	3	18
104	3	3	3	3	2	3	17
105	2	3	2	3	3	4	17
106	3	4	3	4	3	3	20
107	3	3	3	3	3	4	19
108	3	4	3	4	5	5	24
109	5	5	5	5	2	4	26
110	2	4	3	1	2	4	16
111	2	4	2	4	5	4	21
112	5	4	5	4	4	5	27
113	4	5	4	5	5	4	27
114	5	4	5	4	5	5	28

RESPONDEN	KREATIVITAS (X1)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
115	5	5	5	5	4	5	29
116	4	5	4	5	5	5	28
117	5	5	5	5	4	5	29
118	4	5	4	5	5	4	27
119	5	4	5	4	4	4	26
120	4	4	4	4	3	4	23
121	3	4	3	4	3	2	19
122	3	2	3	2	5	4	19
123	5	4	3	3	4	4	23
124	4	4	4	4	3	4	23
125	3	4	3	4	2	4	20
126	2	4	2	4	4	3	19
127	4	3	2	4	5	5	23
128	5	5	4	5	4	3	26
129	4	3	2	4	4	3	20
130	4	3	3	4	4	3	21
131	4	3	3	4	5	4	23
132	5	4	3	5	2	4	23
133	2	4	2	4	4	3	19
134	4	3	2	4	5	5	23
135	5	5	4	5	4	3	26
136	4	3	2	4	4	3	20
137	4	3	3	4	4	3	21
138	4	3	3	4	5	4	23
139	5	4	3	5	5	4	26
140	5	4	3	5	5	4	26

LAMPIRAN 4

Jawaban Responden Atas Variabel Motivasi Usaha (X₂)

RESPONDEN	MOTIVASI USAHA (X ₂)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X ₂
1	1	5	3	4	5	3	3	3	27
2	4	3	3	5	4	3	5	5	32
3	1	3	2	3	3	3	3	2	20
4	3	3	3	3	3	3	4	3	25
5	3	3	3	5	3	3	3	5	28
6	3	5	3	2	3	5	1	3	25
7	4	4	5	3	4	4	3	4	31
8	3	4	3	3	3	4	3	3	26
9	4	2	2	4	4	2	3	4	25
10	5	3	5	5	5	3	5	5	36
11	1	4	4	3	4	4	3	1	24
12	4	3	5	2	4	3	2	4	27
13	4	4	5	5	4	4	5	4	35
14	5	4	4	4	5	4	4	5	35
15	4	4	5	5	4	4	5	4	35
16	5	4	4	5	5	4	5	5	37
17	5	3	5	4	5	3	4	5	34
18	5	3	4	5	5	3	5	5	35
19	5	3	3	4	5	3	4	5	32
20	4	4	3	5	4	4	5	4	33
21	4	4	3	4	4	4	4	4	31
22	4	4	4	3	4	4	3	4	30
23	2	4	3	3	2	4	3	2	23
24	3	3	2	5	4	4	3	3	27
25	4	4	2	4	4	4	4	4	30
26	4	4	4	3	4	4	3	4	30
27	4	4	2	2	4	4	2	4	26
28	2	2	3	2	4	3	2	2	20
29	4	4	3	4	5	4	4	4	32
30	2	2	3	2	4	3	2	2	20
31	3	3	4	3	4	4	3	4	28
32	3	3	3	3	4	5	3	5	29
33	3	3	4	3	5	4	3	4	29
34	4	4	5	4	5	5	4	5	36
35	4	3	4	3	4	5	3	5	31
36	4	4	4	4	5	5	4	5	35

RESPONDEN	MOTIVASI USAHA (X2)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
37	5	5	4	5	4	5	5	5	38
38	4	4	5	4	5	4	4	4	34
39	4	4	5	4	4	4	4	4	33
40	4	4	5	4	5	5	4	5	36
41	5	5	5	5	4	4	5	4	37
42	5	4	5	4	5	4	4	4	35
43	5	4	5	5	5	5	5	5	39
44	5	5	5	5	4	4	5	4	37
45	5	4	5	5	5	5	5	5	39
46	5	5	5	5	4	4	4	4	36
47	5	5	5	5	4	5	4	5	38
48	5	5	2	5	4	4	4	4	33
49	5	5	3	4	4	3	4	3	31
50	5	5	2	4	2	3	2	3	26
51	5	4	4	1	3	3	3	3	26
52	5	5	4	1	4	4	4	4	31
53	5	5	4	4	4	3	4	3	32
54	4	5	4	4	4	2	4	2	29
55	4	5	1	3	4	3	4	3	27
56	4	5	4	3	3	3	3	3	28
57	4	5	4	4	3	3	3	3	29
58	2	1	4	3	2	3	2	2	19
59	1	2	4	5	4	5	4	4	29
60	5	4	4	3	2	3	2	2	25
61	3	4	5	3	3	3	3	3	27
62	5	4	4	3	3	3	3	3	28
63	5	5	4	2	3	2	3	3	27
64	4	5	4	3	4	3	4	4	31
65	4	5	4	3	3	3	3	3	28
66	4	5	4	3	4	3	4	4	31
67	4	4	4	5	5	5	5	5	37
68	5	5	5	3	1	3	1	4	27
69	4	5	5	2	4	2	4	4	30
70	4	5	5	5	4	5	4	4	36
71	4	4	5	4	5	4	5	5	36
72	5	5	4	5	4	5	4	4	36
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	4	4	5	4	5	5	37
75	4	4	5	5	5	5	5	5	38

RESPONDEN	MOTIVASI USAHA (X2)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
76	3	2	5	4	5	4	5	5	33
77	5	4	4	5	4	5	4	4	35
78	3	2	4	4	4	4	4	4	29
79	3	3	4	3	4	3	4	4	28
80	3	3	1	3	2	3	2	2	19
81	2	3	4	3	3	3	3	4	25
82	3	4	4	4	4	4	4	4	31
83	3	3	3	3	4	3	4	4	27
84	3	4	3	2	4	2	4	4	26
85	5	5	4	2	4	3	2	3	28
86	3	4	5	4	5	5	4	5	35
87	2	4	4	2	4	3	2	3	24
88	5	4	3	3	4	3	3	3	28
89	4	5	3	3	4	3	3	3	28
90	5	4	4	3	5	4	3	4	32
91	5	5	5	4	5	4	4	4	36
92	4	5	5	3	4	2	4	2	29
93	5	5	2	4	5	4	4	4	33
94	4	5	5	5	4	5	5	5	38
95	5	4	4	4	5	4	4	4	34
96	4	4	5	4	4	5	4	5	35
97	5	4	5	4	5	4	4	4	35
98	4	4	3	5	4	4	5	4	33
99	5	4	5	4	5	5	4	5	37
100	5	5	3	5	5	5	5	5	38
101	1	5	3	4	5	3	3	3	27
102	4	3	3	5	4	3	5	5	32
103	1	3	2	3	3	3	3	2	20
104	3	3	3	3	3	3	4	3	25
105	3	3	3	5	3	3	3	5	28
106	3	5	3	2	3	5	1	3	25
107	4	4	5	3	4	4	3	4	31
108	3	4	3	3	3	4	3	3	26
109	4	2	2	4	4	2	3	4	25
110	5	3	5	5	5	3	5	5	36
111	1	4	4	3	4	4	3	1	24
112	4	3	5	2	4	3	2	4	27
113	4	4	5	5	4	4	5	4	35
114	5	4	4	4	5	4	4	5	35

RESPONDEN	MOTIVASI USAHA (X2)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X2
115	4	4	5	5	4	4	5	4	35
116	5	4	4	5	5	4	5	5	37
117	5	3	5	4	5	3	4	5	34
118	5	3	4	5	5	3	5	5	35
119	5	3	3	4	5	3	4	5	32
120	4	4	3	5	4	4	5	4	33
121	4	4	3	4	4	4	4	4	31
122	4	4	4	3	4	4	3	4	30
123	2	4	3	3	2	4	3	2	23
124	3	3	2	5	4	4	3	3	27
125	4	4	2	4	4	4	4	4	30
126	4	4	4	3	4	4	3	4	30
127	4	4	2	2	4	4	2	4	26
128	2	2	3	2	4	3	2	2	20
129	4	4	3	4	5	4	4	4	32
130	2	2	3	2	4	3	2	2	20
131	3	3	4	3	4	4	3	4	28
132	3	3	3	3	4	5	3	5	29
133	4	4	2	4	4	4	4	4	30
134	4	4	4	3	4	4	3	4	30
135	4	4	2	2	4	4	2	4	26
136	2	2	3	2	4	3	2	2	20
137	4	4	3	4	5	4	4	4	32
138	2	2	3	2	4	3	2	2	20
139	3	3	4	3	4	4	3	4	28
140	3	3	3	3	4	5	3	5	29

LAMPIRAN 5

Jawaban Responden Atas Variabel Lokasi (X₃)

RESPONDEN	LOKASI (X ₃)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X ₃
1	4	3	3	5	4	3	22
2	1	3	2	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	5	3	3	20
5	3	5	3	2	3	5	21
6	4	4	5	3	4	4	24
7	3	4	3	3	3	4	20
8	4	2	2	4	4	2	18
9	5	3	5	5	5	3	26
10	1	4	4	3	4	4	20
11	4	3	5	2	4	3	21
12	4	4	5	5	4	4	26
13	5	4	4	4	5	4	26
14	4	4	5	5	4	4	26
15	5	4	4	5	5	4	27
16	5	3	5	4	5	3	25
17	5	3	4	5	5	3	25
18	5	3	3	4	5	3	23
19	4	4	3	5	4	4	24
20	4	4	3	4	4	4	23
21	4	4	4	3	4	4	23
22	2	4	3	3	2	4	18
23	3	3	2	5	4	4	21
24	4	4	2	4	4	4	22
25	4	4	4	3	4	4	23
26	4	4	2	2	4	4	20
27	2	2	3	2	4	3	16
28	4	4	3	4	5	4	24
29	2	2	3	2	4	3	16
30	3	3	4	3	4	4	21
31	3	3	3	3	4	5	21
32	3	3	4	3	5	4	22
33	4	4	5	4	5	5	27
34	4	3	4	3	4	5	23
35	4	4	4	4	5	5	26
36	5	5	4	5	4	5	28

RESPONDEN	LOKASI (X3)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X3
37	4	4	5	4	5	4	26
38	4	4	5	4	4	4	25
39	4	4	5	4	5	5	27
40	5	5	5	5	4	4	28
41	5	4	5	4	5	4	27
42	5	4	5	5	5	5	29
43	5	5	5	5	4	4	28
44	5	4	5	5	5	5	29
45	5	5	5	5	4	4	28
46	5	5	5	5	4	5	29
47	5	5	2	5	4	4	25
48	5	5	3	4	4	3	24
49	5	5	2	4	2	3	21
50	5	4	4	1	3	3	20
51	5	5	4	1	4	4	23
52	5	5	4	4	4	3	25
53	4	5	4	4	4	2	23
54	4	5	1	3	4	3	20
55	4	5	4	3	3	3	22
56	4	5	4	4	3	3	23
57	2	1	4	3	2	3	15
58	1	2	4	5	4	5	21
59	5	4	4	3	2	3	21
60	3	4	5	3	3	3	21
61	5	4	4	3	3	3	22
62	5	5	4	2	3	2	21
63	4	5	4	3	4	3	23
64	4	5	4	3	3	3	22
65	4	5	4	3	4	3	23
66	4	4	4	5	5	5	27
67	5	5	5	3	1	3	22
68	4	5	5	2	4	2	22
69	4	5	5	5	4	5	28
70	4	4	5	4	5	4	26
71	5	5	4	5	4	5	28
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	4	4	5	4	27
74	4	4	5	5	5	5	28
75	3	2	5	4	5	4	23

RESPONDEN	LOKASI (X3)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X3
76	5	4	4	5	4	5	27
77	3	2	4	4	4	4	21
78	3	3	4	3	4	3	20
79	3	3	1	3	2	3	15
80	2	3	4	3	3	3	18
81	3	4	4	4	4	4	23
82	3	3	3	3	4	3	19
83	3	4	3	2	4	2	18
84	5	5	4	2	4	3	23
85	3	4	5	4	5	5	26
86	2	4	4	2	4	3	19
87	5	4	3	3	4	3	22
88	4	5	3	3	4	3	22
89	5	4	4	3	5	4	25
90	5	5	5	4	5	4	28
91	4	5	5	3	4	2	23
92	5	5	2	4	5	4	25
93	4	5	5	5	4	5	28
94	5	4	4	4	5	4	26
95	4	4	5	4	4	5	26
96	5	4	5	4	5	4	27
97	4	4	3	5	4	4	24
98	5	4	5	4	5	5	28
99	5	5	3	5	5	5	28
100	1	5	3	4	5	3	21
101	4	3	3	5	4	3	22
102	1	3	2	3	3	3	15
103	3	3	3	3	3	3	18
104	3	3	3	5	3	3	20
105	3	5	3	2	3	5	21
106	4	4	5	3	4	4	24
107	3	4	3	3	3	4	20
108	4	2	2	4	4	2	18
109	5	3	5	5	5	3	26
110	1	4	4	3	4	4	20
111	4	3	5	2	4	3	21
112	4	4	5	5	4	4	26
113	5	4	4	4	5	4	26
114	4	4	5	5	4	4	26

RESPONDEN	LOKASI (X3)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	X3
115	5	4	4	5	5	4	27
116	5	3	5	4	5	3	25
117	5	3	4	5	5	3	25
118	5	3	3	4	5	3	23
119	4	4	3	5	4	4	24
120	4	4	3	4	4	4	23
121	4	4	4	3	4	4	23
122	2	4	3	3	2	4	18
123	3	3	2	5	4	4	21
124	4	4	2	4	4	4	22
125	4	4	4	3	4	4	23
126	4	4	2	2	4	4	20
127	2	2	3	2	4	3	16
128	4	4	3	4	5	4	24
129	2	2	3	2	4	3	16
130	3	3	4	3	4	4	21
131	3	3	3	3	4	5	21
132	4	4	2	4	4	4	22
133	4	4	4	3	4	4	23
134	4	4	2	2	4	4	20
135	2	2	3	2	4	3	16
136	4	4	3	4	5	4	24
137	2	2	3	2	4	3	16
138	3	3	4	3	4	4	21
139	3	3	3	3	4	5	21
140	3	3	3	3	4	5	21

LAMPIRAN 6

Jawaban Responden Atas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

RESPONDEN	KEBERHASILAN USAHA (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
1	3	2	3	2	3	3	2	3	21
2	5	4	5	4	3	5	4	5	35
3	3	2	3	2	3	3	2	3	21
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	3	3	3	3	3	3	24
6	2	3	2	3	5	2	3	2	22
7	3	4	3	4	4	3	4	3	28
8	3	3	3	3	4	3	3	3	25
9	3	4	3	4	2	3	4	3	26
10	5	5	5	5	3	5	5	5	38
11	3	1	3	1	4	2	4	3	21
12	2	4	2	4	3	2	4	2	23
13	5	4	5	4	4	5	4	5	36
14	4	5	4	5	4	4	5	4	35
15	5	4	5	4	4	5	4	5	36
16	5	5	5	5	4	5	5	5	39
17	4	5	4	5	3	4	5	4	34
18	5	5	5	5	3	5	5	5	38
19	4	5	4	5	3	4	5	4	34
20	5	4	5	4	4	5	4	5	36
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	4	3	4	4	3	4	3	28
23	3	2	3	2	4	3	2	3	22
24	3	3	3	3	3	5	4	3	27
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	3	4	3	4	4	3	4	3	28
27	2	4	2	4	4	2	4	2	24
28	2	4	3	2	2	4	3	2	22
29	4	5	5	4	4	5	5	4	36
30	2	4	3	2	2	4	3	2	22
31	3	4	3	3	3	4	3	3	26
32	3	4	3	3	3	4	3	3	26
33	3	5	4	3	3	5	4	3	30
34	4	5	4	4	4	5	4	4	34
35	3	4	2	4	3	4	2	3	25
36	4	5	4	4	4	5	4	4	34

RESPONDEN	KEBERHASILAN USAHA (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
37	5	4	5	5	5	4	5	5	38
38	4	5	4	4	4	5	4	4	34
39	4	4	5	4	4	4	5	4	34
40	4	5	4	4	4	5	4	4	34
41	5	4	4	5	5	4	4	5	36
42	5	5	5	5	4	4	5	4	37
43	5	5	5	5	4	5	5	5	39
44	5	5	5	5	5	5	4	5	39
45	5	5	5	5	4	5	5	5	39
46	5	5	5	5	5	4	4	5	38
47	5	5	5	5	5	4	5	4	38
48	5	5	5	5	5	4	5	4	38
49	5	5	5	5	5	4	4	4	37
50	5	5	5	5	5	2	4	2	33
51	2	2	5	5	4	3	1	3	25
52	3	4	5	5	5	4	1	5	32
53	2	4	5	5	5	4	4	3	32
54	4	5	4	4	5	4	4	3	33
55	4	4	4	4	5	4	3	3	31
56	4	4	1	4	5	3	3	2	26
57	4	4	2	4	5	3	4	3	29
58	1	4	3	2	1	2	3	3	19
59	4	4	4	1	2	4	3	3	25
60	4	4	4	5	4	2	3	5	31
61	4	3	4	3	4	3	3	3	27
62	4	5	4	5	4	3	3	2	30
63	4	5	5	5	5	3	5	5	37
64	5	5	5	4	5	4	4	4	36
65	4	5	5	4	5	3	4	5	35
66	4	5	5	4	5	4	2	5	34
67	4	2	4	4	4	5	3	4	30
68	4	5	5	5	5	1	4	5	34
69	4	3	4	4	5	4	3	4	31
70	4	5	5	4	5	4	4	5	36
71	5	5	4	4	4	5	4	4	35
72	5	5	5	5	5	4	4	3	36
73	5	5	4	5	5	5	4	3	36
74	5	5	5	5	5	5	3	5	38
75	4	5	4	4	4	5	3	4	33

RESPONDEN	KEBERHASILAN USAHA (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
76	5	5	2	3	2	5	3	3	28
77	4	4	4	5	4	4	4	2	31
78	5	4	2	3	2	4	4	2	26
79	5	3	3	3	3	4	4	4	29
80	4	3	3	3	3	2	4	2	24
81	4	4	3	2	3	3	3	3	25
82	4	5	4	3	4	4	4	3	31
83	1	4	3	3	3	4	4	3	25
84	4	3	4	3	4	4	4	4	30
85	4	4	1	5	5	2	2	3	26
86	3	4	4	3	4	4	4	4	30
87	3	5	4	2	4	2	2	5	27
88	4	3	4	5	4	3	3	4	30
89	5	4	5	4	5	3	3	4	33
90	4	4	4	5	4	3	3	4	31
91	3	4	5	5	5	4	4	5	35
92	3	5	5	4	5	4	3	4	33
93	4	3	5	5	5	4	4	5	35
94	5	4	5	4	5	5	5	5	38
95	5	3	4	5	4	4	4	5	34
96	2	5	4	4	4	4	4	5	32
97	5	4	4	3	4	4	4	5	33
98	4	4	2	3	2	5	5	5	30
99	5	4	4	3	4	4	4	4	32
100	5	5	4	4	4	5	5	4	36
101	5	4	5	4	3	5	4	5	35
102	3	2	3	2	3	3	2	3	21
103	3	3	3	3	3	3	3	3	24
104	3	3	3	3	3	3	3	3	24
105	2	3	2	3	5	2	3	2	22
106	3	4	3	4	4	3	4	3	28
107	3	3	3	3	4	3	3	3	25
108	3	4	3	4	2	3	4	3	26
109	5	5	5	5	3	5	5	5	38
110	3	1	3	1	4	2	4	3	21
111	2	4	2	4	3	2	4	2	23
112	5	4	5	4	4	5	4	5	36
113	4	5	4	5	4	4	5	4	35
114	5	4	5	4	4	5	4	5	36

RESPONDEN	KEBERHASILAN USAHA (Y)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Y
115	5	5	5	5	4	5	5	5	39
116	4	5	4	5	3	4	5	4	34
117	5	5	5	5	3	5	5	5	38
118	4	5	4	5	3	4	5	4	34
119	5	4	5	4	4	5	4	5	36
120	4	4	4	4	4	4	4	4	32
121	3	4	3	4	4	3	4	3	28
122	3	2	3	2	4	3	2	3	22
123	3	3	3	3	3	5	4	3	27
124	4	4	4	4	4	4	4	4	32
125	3	4	3	4	4	3	4	3	28
126	2	4	2	4	4	2	4	2	24
127	2	4	3	2	2	4	3	2	22
128	4	5	5	4	4	5	5	4	36
129	2	4	3	2	2	4	3	2	22
130	3	4	3	3	3	4	3	3	26
131	3	4	3	3	3	4	3	3	26
132	3	5	4	3	3	5	4	3	30
133	3	4	3	4	4	3	4	3	28
134	2	4	2	4	4	2	4	2	24
135	2	4	3	2	2	4	3	2	22
136	4	5	5	4	4	5	5	4	36
137	2	4	3	2	2	4	3	2	22
138	3	4	3	3	3	4	3	3	26
139	3	4	3	3	3	4	3	3	26
140	3	5	4	3	3	5	4	3	30

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X₁)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.429*	.495**	.461*	.578**	.356	.729**
	Sig. (2-tailed)		.018	.005	.010	.001	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.429*	1	.346	.949**	.373*	.580**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.018		.061	.000	.042	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.495**	.346	1	.350	.530**	.195	.653**
	Sig. (2-tailed)	.005	.061		.058	.003	.302	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.461*	.949**	.350	1	.422*	.631**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.058		.020	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.578**	.373*	.530**	.422*	1	.230	.718**
	Sig. (2-tailed)	.001	.042	.003	.020		.222	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.356	.580**	.195	.631**	.230	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.302	.000	.222		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.729**	.814**	.653**	.846**	.718**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	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
.822	6

LAMPIRAN 8

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Usaha (X₂)

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.801**	.086	.132	.047	-.107	.350	.068	.487**
	Sig. (2-tailed)		.000	.653	.488	.803	.575	.058	.721	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.801**	1	-.111	.213	.044	-.260	.402*	-.046	.423*
	Sig. (2-tailed)	.000		.559	.259	.816	.166	.028	.808	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.086	-.111	1	.261	.384*	.384*	.373*	.358	.540**
	Sig. (2-tailed)	.653	.559		.164	.036	.036	.042	.052	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.132	.213	.261	1	.315	.351	.573**	.337	.641**
	Sig. (2-tailed)	.488	.259	.164		.090	.057	.001	.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.047	.044	.384*	.315	1	.608**	.702**	.711**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.803	.816	.036	.090		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	-.107	-.260	.384*	.351	.608**	1	.434*	.950**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.575	.166	.036	.057	.000		.016	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.350	.402*	.373*	.573**	.702**	.434*	1	.528**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.058	.028	.042	.001	.000	.016		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.068	-.046	.358	.337	.711**	.950**	.528**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.721	.808	.052	.068	.000	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.487**	.423*	.540**	.641**	.732**	.644**	.854**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.020	.002	.000	.000	.000	.000	.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
.778	8

LAMPIRAN 9

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X₃)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL P
P1	Pearson Correlation	1	.778**	.083	.080	-.004	-.131	.525**
	Sig. (2-tailed)		.000	.665	.673	.985	.491	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.778**	1	-.116	.191	.058	-.252	.487**
	Sig. (2-tailed)	.000		.542	.311	.762	.180	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.083	-.116	1	.261	.361*	.380*	.566**
	Sig. (2-tailed)	.665	.542		.164	.050	.039	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.080	.191	.261	1	.348	.374*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.673	.311	.164		.060	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-.004	.058	.361*	.348	1	.626**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.985	.762	.050	.060		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	-.131	-.252	.380*	.374*	.626**	1	.556**
	Sig. (2-tailed)	.491	.180	.039	.042	.000		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P	Pearson Correlation	.525**	.487**	.566**	.664**	.674**	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.006	.001	.000	.000	.001	
	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
.603	6

LAMPIRAN 10

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Correlations									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL P
P1									
Pearson Correlation	1	.234	.469**	.315	.074	.411*	.330	.511**	.590**
Sig. (2-tailed)		.213	.009	.090	.699	.024	.075	.004	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2									
Pearson Correlation	.234	1	.535**	.879**	.262	.562**	.793**	.461*	.774**
Sig. (2-tailed)	.213		.002	.000	.163	.001	.000	.010	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3									
Pearson Correlation	.469**	.535**	1	.536**	.293	.892**	.565**	.956**	.872**
Sig. (2-tailed)	.009	.002		.002	.116	.000	.001	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4									
Pearson Correlation	.315	.879**	.536**	1	.219	.457*	.823**	.601**	.794**
Sig. (2-tailed)	.090	.000	.002		.246	.011	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5									
Pearson Correlation	.074	.262	.293	.219	1	.368*	.200	.270	.472**
Sig. (2-tailed)	.699	.163	.116	.246		.046	.289	.150	.008
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6									
Pearson Correlation	.411*	.562**	.892**	.457*	.368*	1	.483**	.799**	.829**
Sig. (2-tailed)	.024	.001	.000	.011	.046		.007	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7									
Pearson Correlation	.330	.793**	.565**	.823**	.200	.483**	1	.562**	.777**
Sig. (2-tailed)	.075	.000	.001	.000	.289	.007		.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8									
Pearson Correlation	.511**	.461*	.956**	.601**	.270	.799**	.562**	1	.860**
Sig. (2-tailed)	.004	.010	.000	.000	.150	.000	.001		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL P									
Pearson Correlation	.590**	.774**	.872**	.794**	.472**	.829**	.777**	.860**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.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

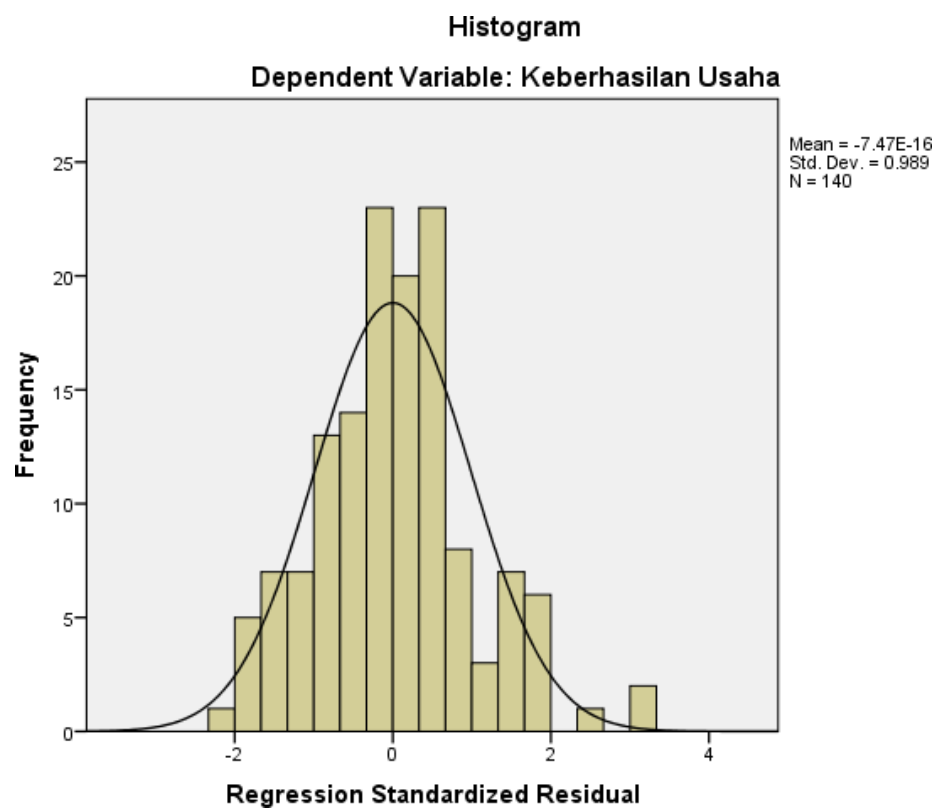
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	8

LAMPIRAN 10

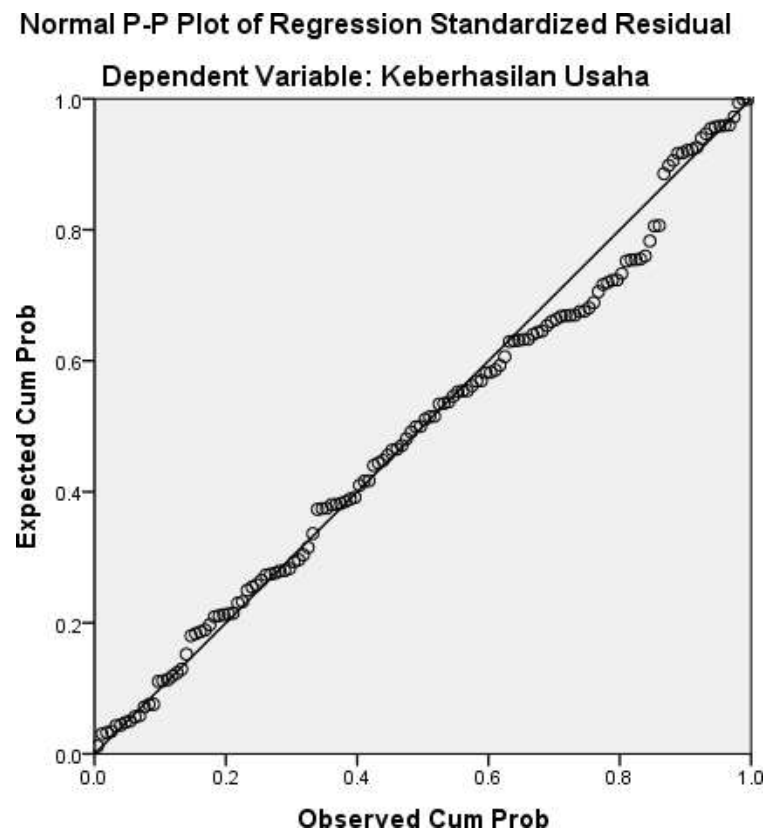
Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

- Histogram



- **Normal P Plot**



- **Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	3.26789316
	Absolute	.080
Most Extreme Differences	Positive	.080
	Negative	-.036
Kolmogorov-Smirnov Z		.952
Asymp. Sig. (2-tailed)		.325

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

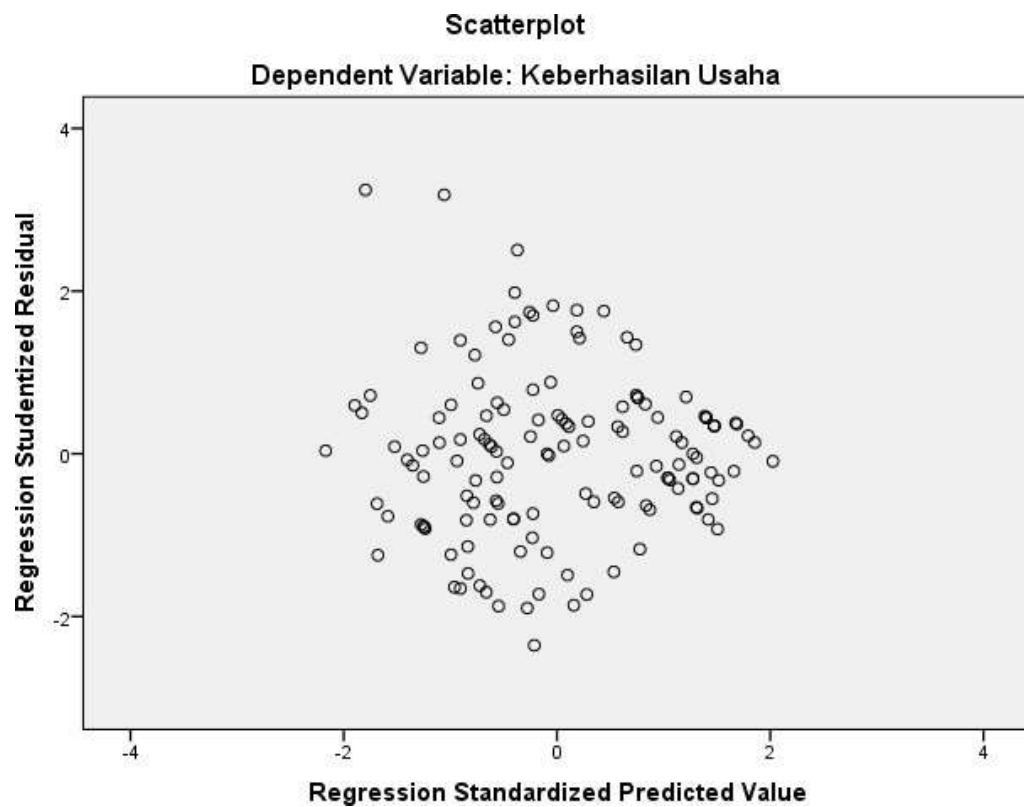
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kreativitas	.601	1.664
	Motivasi Usaha	.653	1.532
	Lokasi	.694	1.441

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

c. Uji Heteroskedastisitas

- **Scatterplot**



LAMPIRAN 11

Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinasi

a. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.600	2.176		-1.195	.234		
Kreativitas	.747	.102	.485	7.343	.000	.601	1.664
Motivasi	.292	.069	.268	4.225	.000	.653	1.532
Usaha							
Lokasi	.315	.095	.203	3.304	.001	.694	1.441

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Uji Hipotesis

• Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.600	2.176		-1.195	.234
Kreativitas	.747	.102	.485	7.343	.000
Motivasi Usaha	.292	.069	.268	4.225	.000
Lokasi	.315	.095	.203	3.304	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

- **Uji F**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2681.394	3	893.798	81.889	.000 ^b
	Residual	1484.398	136	10.915		
	Total	4165.793	139			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Motivasi Usaha, Kreativitas

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.644	.636	3.304

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Motivasi Usaha, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



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, 07 Februari 2023

Nomor : 038/R/STIE-EP/II/2023

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Toko laris jaya
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Tan Ciacia Sherina
NIM	: 191010125
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha Dan Lokasi Yang Strategis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Laris Jaya

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Laris Jaya 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

Toko Laris Jaya

Jalan Ahmad Yani – Sei Berombang

Hal : Permohonan Izin Observasi

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Ketua STIE Eka Prasetya

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

Di tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan Surat Nomor: 038/R/STIE-EP/II/2023 Tanggal 07 Februari 2023 perihal permohonan izin observasi kepada mahasiswa :

Nama : Tan Ciacia Sherina
NIM : 191010125
Program Studi : Manajemen (S-1)
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kreativitas, Motivasi Usaha dan Lokasi yang Strategis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Laris Jaya

Bersama ini, kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan observasi di Toko kami. Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 10 Februari 2023

Hormat Kami



Lie Khim
Toko Laris Jaya



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Tari Ciocha Shucana
NIM : 191010185
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Jumat / 10 Februari 2023	ANDY JUDUL PROPOSAL : Analisa Pengaruh Kualitas pelayanan, Fasilitas dan harga terhadap kepuasan Group tua murid di Sekolah Gunung Mung	191010111	
2	Jumat / 10 Februari 2023	ANGELA SIATAMA JUDUL PROPOSAL : Pengaruh harga, promosi dan marketing terhadap kepuasan pembelian PT. Calispo Multi Utama Medan	191010075	
3	Jumat / 10 Februari 2023	CLARISSA GOENARDI JUDUL PROPOSAL : Analisis Pengaruh Kualitas produk dan review pelanggan terhadap kepuasan pembelian pada cv. Great Design	191010076	
4	Senin / 13 Februari 2023	FERNANDO YODO JUDUL PROPOSAL : Pengaruh promosi, Harga dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna transportasi Ojek online	191010046	
5	Senin / 13 Februari 2023	WILSON JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Brand Image dan brand Awareness terhadap kepuasan pembelian produk Mie Ayam WK	191010138	
6	Senin / 13 Februari 2023	MIMI DESIKA ARIYONANG JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Ornamen dan Lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada restoran Golden Yeri	191010007	
		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, 13 Februari 2023.
Ketua STIE Eka Prasetya

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : TAN QACIA SHEKINA

NIM : 191010105

Kelas : Kewirausahaan - B

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0893 6056 7855 Email:

Alamat Tinggal:

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Au Akbar, S.E., SH

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	1/oktober 2023	Konsultasi judul Skripsi	fls
2	17/oktober 23	Revisi judul Skripsi	fls
3	31/oktober 23	Konsultasi & Revisi judul Skripsi Menjadi "Pengaruh Kemitraan,	} fls
4		Motivasi usaha dan Lokasi yang strategis terhadap keberlanjutan	
5		usaha pada Toko Liris Jaya	
6	26/Desember 23	Revisi identifikasi masalah dan Latar belakang	fls
7	27/Januari 23	Perbaiki identifikasi Masalah & Latar belakangnya. NO 2 dan NO 3	fls
8	01/Februari 23	Acc Bab 1	fls
9	07/Februari 23	Perbaiki/Revisi Bab 2 dan Mengembangkan cover. Bab 1.	fls
10		Bab 2, daftar pustaka dalam 1 file.	fls
11	11/2/23	Acc Lembar	fls
12	6/5/23	Bimbingan bab 4 & bab 5	fls
13		Acc sidang Meja hijau	fls
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	6/5 2023	Acc Sidang Meja hijau.	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

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



Nama Mahasiswa : Tara Cacia Siantan

NIM : 191010195

Kelas : Kewirausahaan - B.

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0893-6056-7855 Email:

Alamat Tinggal:

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Ali Rector, S.P., M.P.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	7/November 22	Akur Pembuatan Skripsi	Ag
2	6/Januari 23	Bimbingan Identifikasi Masalah	Ag
3	17/Januari 23	Revisi Identifikasi Masalah NO. 2.	Ag
4	27/Januari 23	Bimbingan Bab 2 & Bab 3	Ag
5		- Bab 2 Menambahkan sedikit Narasi pada pengertian keberagaman usaha.	
6			
7		- Bab 3 Nilai error pada rumus slovic 10% menjadi 5%	
8		dan Revisi Uraian pada uji t, uji F, dan uji R ² .	
9	10/Februari 23	Revisi Penyusunan / Merapikan	Ag
10		Revisi Bab 3. < Menambahkan tabel data pelanggan	
11	11/Februari 23	ACC Sempit.	Agine
12	4/Mai 23	Bimbingan Bab 4 & Bab 5	Agine
13		ACC - Mapa tujuan / sidang.	Agine
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Tan Ciacia Sherina
Nim / Program Studi : 191010125 / Manajemen
Tempat / Tanggal Lahir : Sungai Berombang, 11 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Handphone (HP) : 082360567855
Alamat Email : sherinacia@gmail.com
Agama : Buddha
Pekerjaan : Admin Purchasing
Nama Perusahaan : PT. Sumber Jaya Indahnusa Coy

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD S Ki Hajar Dewantara Sei Berombang
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP Panglima Polem Rantauprapat
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Wiyata Dharma Medan
4. Tahun 2019 s/d Sekarang : STIE Eka Prasetya

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Shong Tjun
Nama Ibu : Po Khim
Alamat : Jl. Ahmad Yani Sei Berombang