

**PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN
PARFUM GUDIE DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
ERICSSON
191010115**

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

Judul : **PENGARUH KREATIVITAS DAN
MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN
USAHA PENJUALAN PARFUM GUDIE DI
KOTA MEDAN**

Nama : **Ericsson**

NIM : **191010115**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Desma Erica Marvati Manik, S.Pd., M.Si.

NIDN : 0104127904

Pembimbing II,



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

NIDN : 0127117801

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

Judul : **PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN
PARFUM GUDIE DI KOTA MEDAN**

Nama : Ericsson
NIM : 191010115
Program Studi : Manajemen
PerguruanTinggi : STIE Eka Prasetya

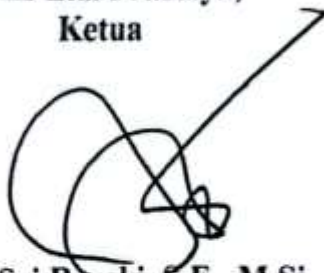
Pada 09 Mei 2023
Dewan Penguji,

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

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




STIE Eka Prasetya,
Ketua



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

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

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

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

Nama	Ericsson
NIM	191010115
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Desma Erica Maryati Manik, S.Pd., M.Si.
Pembimbing-II	Dedy Lazuardi, S.E., M.M,

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

Medan, 09 Mei 2023


Ericsson
191010115

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN PARFUM GUDIE DI KOTA MEDAN”** Sesuai dengan waktu yang telah di jadwalkan.

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

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

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

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

Medan, 9 Mei 2023

Penulis,

Ericsson
191010115

ABSTRAK

Ericsson, 191010115, Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie Kota Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Pembimbing II: Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie Kota Medan, mengetahui Pengaruh Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie Kota Medan, mengetahui Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie Kota Medan.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh reseller pada tahun 2022 sebanyak 111 reseller. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh yang artinya seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keberhasilan Usaha = 6,990 + 0,272 Kreativitas + 0,425 Motivasi + e**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki nilai $t_{hitung} (3,615) > t_{tabel} (1,982)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan. Hasil analisis menunjukkan Motivasi memiliki nilai $t_{hitung} (4,941) > t_{tabel} (1,982)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,515 artinya variabel Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan oleh variabel Kreativitas dan Motivasi sebesar 51,5% sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga dan Kualitas Produk dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Kreativitas, Motivasi, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Ericsson, 191010115, *The Influence of Creativity and Motivation on the Success of Gudie Perfume Sales Business in Medan City*, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Advisor II : Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of creativity on the success of business selling Gudie perfume in Medan, to determine the effect of motivation on business success selling Gudie perfume in Medan, to determine the effect of creativity and motivation on business success selling Gudie perfume in Medan.

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Source of data in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the issues discussed. The research population that will be used in this research is all resellers in 2022 as many as 111 resellers. The sampling technique uses saturated sampling technique, which means that all members of the population are used as samples. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the **Business Success = 6.990 + 0.272 Creativity + 0.425 Motivation + e***

The results of the research analysis show that Creativity has a t_{count} (3.615) > t_{table} (1.982) with a significance level of 0.000 < 0.005 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Creativity on Business Success Selling Gudie Perfume in Medan City. The results of the analysis show that the Motivation has a value of t_{count} (4.941) > t_{table} (1.982) with a significance level of 0.000 < 0.005 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Motivation on Business Success Selling Gudie Perfume in Medan City. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained at 0.515, meaning that the variable Business Success can be explained by the Creativity and Motivation variables of 51.5% while the remaining 48.5% is influenced by other variables not examined in this research, such as price, product quality, service quality.

Keywords: Creativity, Motivation, Business Success

MOTTO

“Rezeki tidak akan datang kepada orang yang diam,
dia akan menghampiri kepada mereka yang terus
bergerak sesulit apapun kondisinya”

-Ericsson-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

Papa dan Mama yang ku sayangi, kedua kakak perempuan ku yang selalu menjadi penyemangat hingga selesainya skripsi ini. Thankyou for everything..

Specially thankyou to Dosen Pembimbing saya Ibu Desma dan Bapak Dedy Lazuardi atas bimbingan dan arahan untuk lebih baik dalam menyelesaikan skripsi ini. God Bless You semoga selalu sehat dan murah rezeki.

Tidak lupa kepada Novita yang sama-sama berjuang berbagi kesulitan hingga skripsi ini selesai, akhirnya siap juga dan lulus bersama.

Dan terakhir, Terima kasih kepada diri ku sendiri karena telah berjuang sampai sekarang. You did it 😊

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR.....v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTOix

PERSEMBAHAN x

DAFTAR ISI.....xi

DAFTAR TABEL.....xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Batasan Masalah 7

1.4 Perumusan Masalah 7

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Manfaat Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU..... 9

2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Teori Keberhasilan Usaha.....	9
2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha.....	9
2.1.1.2 Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha	10
2.1.1.3 Alasan Kegagalan Suatu Usaha Kecil	12
2.1.1.4 Indikator Keberhasilan Usaha	12
2.1.2 Teori Tentang Kreativitas	12
2.1.2.1 Pengertian Kreativitas.....	12
2.1.2.2 Bentuk Kreativitas	14
2.1.2.3 Konsep Kreativitas	14
2.1.2.4 Sumber Kreativitas	15
2.1.2.5 Indikator Kreativitas	16
2.1.3 Teori Tentang Motivasi.....	17
2.1.3.1 Pengertian Motivasi.....	17
2.1.3.2 Faktor-faktor Timbulnya Motivasi	18
2.1.3.3 Teori Motivasi.....	18
2.1.3.4 Model dan Karakteristik Motivasi	19
2.1.3.5 Indikator Motivasi	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25

3.1.1	Tempat 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	25
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	26
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Teknik Analisis Data	29
3.6.1	Uji Validitas.....	29
3.6.2	Uji Reabilitas	30
3.7	Uji Asumsi Klasik	30
3.7.1	Uji Normalitas.....	30
3.7.2	Uji Multikolinearitas	31
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	32
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.9	Uji Hipotesis.....	33
3.9.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	35
3.9.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	35
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36

4.1	Profil Perusahaan	36
4.1.1	Gambaran Umum Parfum Gudie	36
4.1.2	Visi dan Misi Parfum Gudie	36
4.1.3	Struktur Organisasi.....	37
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Karakteristik Responden.....	38
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
	4.2.2.1 Uji Validitas	40
	4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	44
	4.2.3.1 Uji Normalitas	44
	4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	47
	4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.2.4	Teknik Analisis Data	49
	4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	49
	4.2.4.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial.....	51
	4.2.4.3 Pengujian Hipotesis secara Simultan	53
	4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.3	Pembahasan.....	55
4.3.1	Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha.....	55
4.3.2	Pengaruh Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha.....	56
4.3.3	Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha.	56

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

	AKADEMIS.....	57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Implikasi Manajerial	58
5.3	Saran Akademis	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga Parfum Gudie	3
Tabel 1.2	Penjualan Parfum Gudie Tahun 2017-2022	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3.2	Skala Likert	29
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas.....	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji T	52
Tabel 4.12	Hasil Uji F	54
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar Produk Parfum Gudie	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	37
Gambar 4.2	Grafik Histogram.....	45
Gambar 4.3	Grafik <i>Normal P-Plot</i>	46
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatter Plot</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Kreativitas (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kreativitas (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Motivasi (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Motivasi (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keberhasilan Usaha (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden**
- Lampiran 10 Hasil Output SPSS**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa pertumbuhan ekonomi, kebutuhan hidup manusia semakin beragam. Banyak pedagang baik dari dalam dan luar negeri yang bersaing sengit untuk menawarkan berbagai pilihan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Salah satunya pada industri parfum. Bisnis parfum kini sudah marak di Indonesia. Parfum tidak hanya dapat membuat tubuh terasa harum dan wangi, tetapi juga menambah kepercayaan diri. Oleh karena itu, parfum sudah menjadi kebutuhan yang diprioritaskan oleh hampir semua orang. Selain kalangan remaja, parfum juga diminati kalangan mahasiswa, pekerja kantoran hingga orang dewasa. Melihat kondisi ini, dapat dipastikan bahwa bisnis parfum sangat menggiurkan untuk dijalankan.

Parfum atau wewangian menjadi kebutuhan penting dalam gaya hidup di era modern ini, parfum dihasilkan dari proses ekstraksi zat aromatik atau campuran minyak esensial atau senyawanya, fiksatif, dan pelarut aroma yang digunakan untuk wewangian. Menurut data perdagangan, pertumbuhan ekspor parfum di dunia mengalami peningkatan yang signifikan di setiap tahunnya, begitu pula di negara Indonesia (Maulana 2021).

Berikut adalah produk dari Parfum Gudie, pada gambar 1.1 di bawah ini :



Sumber : Parfum Gudie

Gambar 1.1
Produk Parfum Gudie

Keberhasilan Usaha adalah tujuan dari setiap bisnis dijalankan yang dapat dilihat dari perkembangan profit perusahaan dari tahun ke tahun yang berdampak kepada pertumbuhan aset perusahaan. Keberhasilan Usaha adalah tujuan seorang wirausaha dari berhasil bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan Usaha merupakan suatu hasil dari proses dalam mencapai tujuannya (Sitompul et.al. 2022:82). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dewi 2022) yang berjudul Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 di kota Jambi yang menunjukkan Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Parfum Gudie merupakan parfum brand lokal yang bibitnya di impor dari Perancis dan Inggris. Parfum Gudie yang berlokasi di Komplek CBD Polonia

Blok EE No. 63. Gudie parfum terdiri dari 51 varian aroma yang terdapat 18 varian aroma laki-laki dan 33 varian aroma perempuan. Dibuat dengan kualitas yang sangat baik dan harga yang cukup terjangkau.

Tabel 1.1
Daftar Harga Parfum Gudie

No	Aroma	Harga Parfum
1	Xxxx	Rp. 170.000
2	Marine	Rp. 170.000
3	The Black	Rp. 170.000
4	Coldplay	Rp. 170.000
5	Secret	Rp. 170.000
6	Crystal	Rp. 170.000
7	Scandalous	Rp. 170.000
8	Still	Rp. 170.000

Sumber : Parfum Gudie

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat dijelaskan bahwa semua harga parfum Gudie di jual dengan harga yang sama yakni seharga seratus tujuh puluh ribu rupiah dengan isi 55ml per botol.

Berikut terlampir data penjualan dan omset pada Parfum Gudie dari tahun 2017 sampai 2022 :

Tabel 1.2
Penjualan Parfum Gudie Tahun 2017-2022

Tahun	Target Penjualan (dalam ribuan)	Realisasi (dalam ribuan)	Persentase Pencapaian	Jumlah Reseller	Jumlah Terjual (botol)
2017	Rp 25.000.000	Rp 24.214.970	96,86%	125	142.441
2018	Rp 26.000.000	Rp 25.411.940	97,74%	115	149.482
2019	Rp 27.000.000	Rp 25.140.960	93,11%	110	147.888
2020	Rp 27.000.000	Rp 23.545.000	87,20%	117	138.500
2021	Rp 29.000.000	Rp 21.251.020	73,28%	121	125.006
2022	Rp 30.000.000	Rp 20.582.920	68,61%	111	121.076

Sumber: Data Penjualan Parfum Gudie (2022)

Berdasarkan pada tabel 1.2 terlihat bahwa penjualan parfum Gudie mengalami penjualan yang fluktuatif. Target penjualan tahunan selalu mengalami

kenaikkan sebesar 1 Miliar setiap tahunnya. Pada tahun 2020 tidak mengalami kenaikan target di karenakan adanya PPKM yang di tetapkan oleh pemerintah di era pandemi Covid-19 sehingga manajemen memutuskan untuk menunda kenaikan target omset penjualan parfum Gudie. Namun, kenaikan target omset akan di akumulasikan pada tahun berikutnya yakni di tahun 2021 menjadi 2 Miliar.

Pencapaian persentase penjualan parfum Gudie tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan pencapaian sebesar 97,74% dengan jumlah 149.482 botol parfum. Sedangkan penjualan terendah pada tahun 2022 yaitu dengan pencapaian sebesar 68,61%. Hal ini diduga disebabkan oleh banyak nya pesaing dari parfum gudie yang lebih menarik dari segi kemasan mau pun banyak nya aroma dan harga dari jual yang kurang bersaing. Dimana, ada beberapa *customer* yang membandingkan harga parfum gudie dibandingkan dengan merek parfum lain, sehingga parfum Gudie bukan menjadi pilihan utama bagi *customer*.

Faktor yang menjadi penyebab menurunnya Keberhasilan Usaha diduga adalah Kreativitas. Hal ini sebabkan karena kurangnya kemampuan *Owner* yaitu kemampuan dalam hal pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Kreativitas adalah suatu kemampuan pada diri seseorang yang menandai seseorang berpikir Kreatif. Menurut Nofriser, dkk (2022:45) Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide baru, cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif. Hal ini dapat dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh (Ekasari and Nurhasanah 2018) yang meneliti tentang Pengaruh Lokasi dan Kreativitas

Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi yang menunjukkan bahwa Lokasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Dalam mencapai suatu Keberhasilan Usaha maka perlu juga mendapatkan Motivasi dari lingkungan sekitar. Motivasi merupakan suatu upaya dorongan yang diberikan dari faktor luar atau dalam diri yang diterima oleh seorang untuk dijadikan pedoman atau semangat menjadi maju ke arah yang lebih baik. Motivasi adalah dorongan yang timbul dari dalam luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai (Mamang and Sopiah 2013, 155). Hal ini dapat dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh (Eni Farida dan Rahayu Widayanti 2015) dengan judul Analisis pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja, dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Sentra pada Kripik Tempe Sanan Malang yang menunjukkan Motivasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.

Untuk menjadi seorang wirausaha, harus memiliki dorongan dari dalam diri sendiri untuk sukses dan memiliki visi misi untuk masa depannya. *Owner* dari Gudie parfum kurang memiliki pemikiran dan sifat kreatif dalam mengembangkan ide-ide untuk memperbaharui varian atau kemasan baru sehingga para *customer* bosan dengan produknya. Di samping itu juga, *Owner* cenderung kurang memberikan Motivasi kepada *reseller* dalam mencapai Keberhasilan Usaha sehingga *reseller* gudie parfum tidak memiliki dorongan dalam diri untuk meningkatkan penjualan. Kreativitas dan Motivasi merupakan salah satu hal yang penting dalam meningkatkan penjualan, hal ini akan

berdampak terhadap *reseller* parfum gudie dalam memasarkan produknya sehingga penjualan yang dilakukan akan memberhasilkan usaha.

Berdasarkan fenomena permasalahan di atas, maka peneliti melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENJUALAN PARFUM GUDIE DI KOTA MEDAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, Di sinyalir Keberhasilan Usaha penjualan mengalami penurunan yaitu :

1. Kreativitas yang dimiliki *Owner* parfum gudie yang masih rendah ditandai dengan kurangnya ide cemerlang dari *Owner* sehingga produk sulit untuk di pasarkan karena banyaknya produk sejenis di pasaran.
2. Kurangnya Motivasi dari *Owner* sehingga penjualan parfum Gudie mengalami pasang surut.
3. Kurangnya sifat Kreativitas dalam menghadapi persaingan pasar serta Motivasi yang kurang menyebabkan tidak tercapainya Keberhasilan Usaha yang diharapkan.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antar variabel Kreativitas (X_1) dan Motivasi (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Objek penelitian ini merupakan *reseller* parfum Gudie.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dibuat identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie di Kota Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie di Kota Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha di Kota Medan?

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan memberikan memiliki secara teoritis dan manajerial.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoritis adalah untuk menambah wawasan teori tentang variabel-variabel yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha. Selain itu sebagai acuan dan pedoman bagi penelitian di masa yang akan datang.

Manfaat bagi STIE Eka Prasetya, sebagai tambahan jumlah hasil karya mahasiswa yang dapat menjadi referensi bagi Jurusan Manajemen Eka Prasetya.

2. Manfaat Manajerial

Manfaat manajerial ini adalah untuk dijadikan bahan masukan bagi perusahaan. Sebagai bagian dari masukan terkait Kreativitas dan Motivasi yang bertujuan untuk terus meningkatkan Keberhasilan Usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Suatu usaha dikatakan berhasil apabila perusahaan yang dijalani mengalami pertumbuhan dari sisi aset, laba dan penjualan dari waktu ke waktu dan visi misi perusahaan dapat tercapai. Keberhasilan usaha suatu merupakan tujuan utama dari segala aktivitas perusahaan untuk mencapai keberhasilan bisnis dengan mendirikan usaha yang tidak ada sebelumnya sebagai upaya agar lebih baik dari keadaan sebelumnya untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai (Santoso 2021, 51). Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil jika bisnis tersebut mendapatkan laba walaupun laba belum termasuk satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan suatu usaha (Andriana 2021, 5).

Definisi Keberhasilan Usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya (Liswati 2018, 47). Keberhasilan Usaha adalah suatu pola dari berhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya (Sitompul et al. 2022, 82). Keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang di capai (Suharson 2021, 13).

Berdasarkan teori para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha merupakan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan aset perusahaan dan mampu mencapai semua tujuan dari perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.1.1.2 Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Faktor keberhasilan UMKM terdiri dari enam faktor yaitu promosi, branding, minat berwirausaha, *passion*, jiwa *entrepreneur* dan kekuatan jaringan (Asnawati 2021, 46).

1. Promosi

Faktor pertama keberhasilan UMKM kreatif adalah promosi. Menurut sebagian besar responden, promosi memainkan peran yang sangat signifikan dalam kemajuan usaha. Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal dan ketika calon konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.

2. Branding

Faktor kunci keberhasilan UMKM kreatif yang kedua adalah branding atau menciptakan merek. Branding adalah bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau desain, atau kombinasi dari kesemuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa.

3. Minat Berwirausaha

Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertindak laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya.

4. *Passion*

Kewirausahaan dapat ditumbuh kembangkan melalui semangat, gairah ingin berwirausaha, kemampuan mengambil resiko, dan kemampuan membaca peluang. Seorang wirausaha dituntut untuk memiliki kompetensi dan pengetahuan dalam bisnis yang akan dikembangkannya.

5. *Jiwa Entrepreneur*

Ada pendapat yang mengatakan bahwa kewirausahaan tidak dapat diajarkan, tetapi sekarang ini kewirausahaan merupakan mata pelajaran yang dapat diajarkan di sekolah-sekolah maupun di masyarakat termasuk dalam menumbuhkan jiwa wirausaha. Karakteristik sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha menurut Subanar diantaranya memiliki tanggung jawab pribadi, dinamis dan mampu memimpin, memiliki sikap optimis atas suatu peluang, mampu mengantisipasi resiko, ulet dan gigih, bertekad penuh, energik dan cerdas.

6. Jaringan Bisnis

Jaringan dapat diartikan dalam bentuk organisasi digunakan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha.

Jaringan dapat juga berupa non unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha.

2.1.1.3 Alasan Kegagalan Suatu Usaha Kecil

Sebab-sebab kegagalan usaha kecil (Febrianty et al. 2020, 57) :

1. Tidak mampu mengelola bisnis, kurang pengetahuan
2. Terlalu santai menjalankan bisnis
3. Tidak mampu melakukan pengawasan terhadap pegawai
4. Modal sangat kecil, sehingga menjadi serba sulit

2.1.1.4 Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator Keberhasilan usaha(Santoso 2021, 51) :

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

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan hal-hal baru dalam suatu pemecahan masalah baik berupa kemampuan mengembangkan informasi yang diperoleh dari diri sendiri maupun dari orang lain dan lingkungannya sehingga dapat membuat kombinasi yang baru dari sebelumnya.

Menurut Nofriser (2022:45) Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif.

Menurut Hendayana (2019:71) Kreativitas merupakan usaha melibatkan diri pada proses kreatif yang didasari oleh intelegensi, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi, juga merupakan kemampuan untuk menghasilkan atau mencipta sesuatu yang baru.

Menurut Sutianah, dkk (2022:181) Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Menurut Abdurrozzaq (2022:78) Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk berpikir “*out of the box*” dan dikaitkan dengan kemampuan berimajinasi dalam arti mampu melihat perspektif masa depan yang belum terlihat jelas.

Kreativitas adalah menghadirkan gagasan baru. Kreativitas merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan karena adanya perubahan lingkungan (Mashud, Hasan, and Syam 2022, 86).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru untuk memberi ide kreatif dalam memecahkan masalah atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan yang baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya.

2.1.2.2 Bentuk Kreativitas

Kreativitas yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi ungkapan-ungkapan yang akan ia tunjukkan dalam mewakili ide dan perasaannya. Sebagai suatu kondisi mental yang dinamis, kreativitas akan terus mengalami perkembangan seiring dengan pengalaman atau pelatihan-pelatihan yang secara sengaja dilakukan seseorang yang pada akhirnya akan ikut mempengaruhi bentuk-bentuk perwujudannya baik dalam tindakan, pola pikir ataupun hasil kerja. (Bahri 2021, 200).

2.1.2.3 Konsep Kreativitas

Konsep kreativitas berdasarkan 3P (Hasibuan et al. 2022, 3) :

1. Proses

Merupakan sebuah proses yang menghasilkan sesuatu yang baru, dan proses berkreasi merupakan bagian paling penting dalam pengembangan kreativitas. Dapat diartikan bersibuk diri secara kreatif yang menunjukkan kelancaran fleksibilitas (keluwesan) dan orisinalitas dalam berpikir dan berperilaku.

2. Produk

Definisi kreativitas berdasarkan produk merupakan upaya kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/orisinal atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif.

Suatu karya dapat dikatakan kreatif jika suatu ciptaan yang baru atau orisinal dan bermakna dari individu atau bagi lingkungannya.

3. Pribadi

Kreativitas mencerminkan keunikan individu dalam pikiran dan ungkapan-ungkapan. Kreativitas dimulai dengan kemampuan individu untuk menciptakan sesuatu yang baru. Seorang individu yang kreatif memiliki sifat yang mandiri.

2.1.2.4 Sumber Kreativitas

Ada 2 sumber kreativitas (Irnawati et al. 2021, 99) :

1. Imajinasi dan Ide

Menurut fungsinya, kapasitas mental manusia dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu absorptivitas, retensi, penalaran dan kreativitas. Imajinasi kreatif adalah kekuatan yang tak terbatas, misalnya bahkan jika seseorang hampir tidak pernah keluar, tetapi menggunakan imajinasinya, dapat berkeliling dunia. Imajinasi jauh lebih penting dari kekuatan sains dan pemikiran manusia belaka.

2. Sifat Proses Kreatif

Kreativitas adalah proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Setiap orang kreatif sampai taraf tertentu. Orang dengan keterampilan dan bakat di bidang tertentu mungkin lebih kreatif dari pada yang lain. Orang yang latih dan dikembangkan dalam lingkungan yang mendukung

perkembangan kreativitas akan mengalami situasi yang sama, mereka diajarkan untuk berpikir, bertindak kreatif.

2.1.2.5 Indikator Kreativitas

Indikator dan tahapan terbentuknya Kreativitas (Lie et al. 2019, 49) :

1. Ingin Tahu

Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar.
2. Optimis

Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha kearah kemajuan atau kejayaan.
3. Fleksibel

Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda dan dengan berbagai individu atau kelompok.
4. Mencari solusi dari masalah

Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.
5. Orisinil

Keaslian dalam menciptakan suatu produk.
6. Suka berimajinasi

Daya pikir untuk membayangkan atau menciptakan gambar (lukisan, karangan dan lain sebagainya) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

2.1.3 Teori Tentang Motivasi

2.1.3.1 Pengertian Motivasi

Motivasi yang dimiliki oleh pelaku usaha menjadikannya memiliki rasa tanggung jawab untuk mengembangkan usahanya dalam berbagai aspek. Motif seseorang dalam menjalankan usahanya bermacam-macam. Motivasi dapat dimaknai sebagai suatu rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan usaha yang dilakukan dengan penuh semangat, kreatif, inovatif serta berani mengambil risiko dalam rangka memperoleh keuntungan, baik berupa uang (laba) maupun kepuasan diri.

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan, dan gerakan (Rusdiana 2020, 41). Motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Motivasi merupakan sesuatu yang ada dalam diri seseorang dan tidak tampak dari luar (Setiadi 2013, 26). Motivasi berasal dari kata latin “*Movere*” yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan (Priansa 2017, 158). Motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai (Mamang and Sopiah 2013, 155). Motivasi adalah Pendorong atau Penggerak untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Trygu 2021, 38).

Bedasarkan teori para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk mencapai sesuatu yang diinginkannya.

2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mendorong Timbulnya Motivasi

Beberapa faktor lingkungan dan pribadi mempengaruhi motivasi dan niat berwirausaha. Faktor seperti kemampuan, lingkungan pribadi, keyakinan, dan sikap, peluang, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dan niat individu untuk menjadi seorang wirausaha (Wardana et al. 2022, 91).

2.1.3.3 Teori Motivasi

Banyak teori-teori motivasi yang sampai saat ini masih digunakan seperti teori kebutuhan Maslow, teori harapan, teori *self-efficacy*, teori *goal setting*, teori *need for achievement*. Teori-teori tersebut sangat berguna untuk menjelaskan fenomena kewirausahaan yang dikaitkan dengan motivasi (Kusnanto, Junianto, and Sugiarto 2022, 32).

1. Teori kebutuhan berprestasi (*Need for Achievement Theory*)

Teori ini sangat sesuai untuk karakter pribadi seorang wirausahawan yang dituntut terus untuk berprestasi setiap saat. Setiap wirausahawan harus memiliki dorongan internal untuk berprestasi. Kondisi yang tidak pasti dan menantang dihadapi oleh seorang wirausahawan dengan memiliki dorongan untuk berprestasi dan mencapai tujuan masing-masing

prestasinya. Oleh karena itu, mereka akan bekerja keras untuk menghasilkan sesuatu yang baru.

2. Teori *Self Efficacy*

Self Efficacy sangat terkait dengan kemampuan diri seseorang untuk bertindak. Setiap wirausaha harus memiliki dorongan untuk meyakinkan diri bahwa mampu melakukan tugas untuk mencapai target yang ditentukan. Wirausaha sangat membutuhkan *Self Efficacy* ini dalam menghadapi resiko dan berani mengambilnya.

3. Teori Kebutuhan (*Need Theory*)

Manusia memiliki tingkatan kebutuhan yang akan menjadi dorongan besar dalam hidupnya apabila kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Kebutuhan – kebutuhan tersebut meliputi :

- a. Kebutuhan fisiologis
- b. Kebutuhan rasa aman
- c. Kebutuhan akan rasa sosial
- d. Kebutuhan akan penghargaan
- e. Kebutuhan aktualisasi diri

2.1.3.4 Model dan Karakteristik Motivasi

Berbagai model yang menguraikan terjadi motivasi telah di kembangkan. Tiga dari model tersebut adalah sebagai berikut (Sumarsono and H.Supardi 2019, 112)

1. Model Motivasi Kebutuhan dan Tujuan

Model motivasi kebutuhan dan tujuan dimulai dengan perasaan kebutuhan individu. Kebutuhan ini ditransformasikan menjadi perilaku yang diarahkan untuk mendukung pelaksanaan perilaku tujuan. Tujuan perilaku adalah untuk mengurangi kebutuhan yang dirasakan.

2. Model Ekspektasi Motivasi Vroom

Pada kenyataannya, proses motivasi adalah situasi yang lebih rumit dibandingkan yang digambarkan oleh model motivasi kebutuhan. Model ekspektasi Vroom mengatasi beberapa kerumitan tambahan. Seperti halnya dengan model kebutuhan-tujuan, model ekspektasi Vroom didasarkan pada premis bahwa kebutuhan yang dirasakan menyebabkan perilaku kemanusiaan.

3. Model Motivasi Porter-Lawler

Porter dan Lawler telah mengembangkan model motivasi yang menggambarkan uraian proses motivasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan model kebutuhan-tujuan atau model ekspektasi Vroom. Model motivasi Porter-Lawler konsisten dengan dua model sebelumnya, yaitu menerima Premis bahwa :

- a. Kebutuhan yang dirasakan akan menyebabkan perilaku kemanusiaan
- b. Usaha yang dilakukan untuk mencapai suatu tugas ditentukan oleh nilai balas jasa yang dirasakan yang dihasilkan dari suatu tugas dan probabilitas bahwa balas jasa tersebut akan menjadi nyata.

2.1.3.5 Indikator Motivasi

Indikator dari suatu motivasi adalah sebagai berikut (Trygu 2021, 52) :

1. Adanya kebutuhan dan dorongan
2. Menunjukkan perhatian dan minat
3. Tekun menghadapi yang dilakukan
4. Ulet menghadapi kesulitan
- 5 Adanya hasrat dan keinginan untuk berhasil

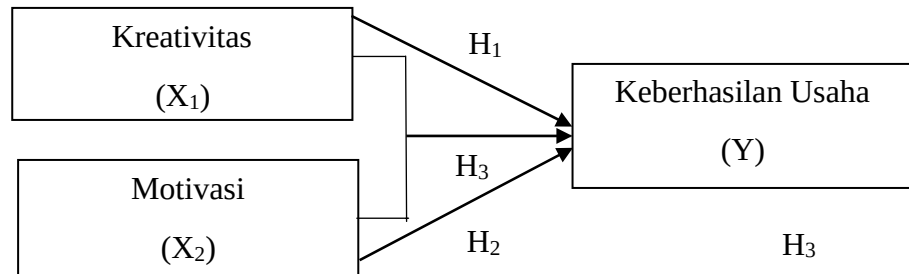
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pada penelitian ini peneliti menggunakan referensi dari penelitian terdahulu seperti pada tabel 2.1 berikut ini :

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Dana Kristian, Abdul Gofur, 2022) Jurnal Administrasi Bisnis e-ISSN : 2775-2615 Sinta 3	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada UMKM Dipademangan Jakarta Utara)	Variabel Independen adalah Kreativitas dan Inovasi Produk	Hasil secara parsial maupun simultan Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
2	(Ekasari dan Nurhasanah, 2018) Jurnal Sains Sosio Humaniora p-ISSN : 2580-1244 e-ISSN : 2580-2305 Sinta 4	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Variabel Independen adalah Lokasi dan Kreativitas Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Lokasi dan Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

3	(Eni Farida dan Rahayu Widayanti, 2015) Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Manajemen ISSN : 0854-4190 Sinta 3 Malang	Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja, dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Sentra pada Kripik Tempe Sanan Malang	Variabel Independen adalah Motivasi, Kemampuan Kerja, dan Jiwa Wirausaha Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Motivasi, Kemampuan Kerja dan Jiwa Wirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
4	(Intan Maharani Hartanti Candra, 2022) Jurnal Mandar e-ISSN : 2654-4504 p-ISSN : 2721-1436 Sinta 5 Timbulharjo	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Pengalaman dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM	Variabel Independen adalah Karakteristik Wirausaha, Pengalaman dan Motivasi Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Karakteristik Wirausaha, Pengalaman dan Motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
5	(Dewi 2022) Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan p-ISSN : 2252-8636 e-ISSN : 2685-9424 Sinta 4 Jambi	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Jambi	Variabel Independen adalah Karakteristik Wirausaha, Kompetensi, Sumber Daya Manusia dan Motivasi Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Karakteristik Wirausaha, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

- H₁: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
- H₂: Terdapat pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
- H₃: Terdapat pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat

Penelitian ini akan dilakukan di AP Coffee Komplek Cbd Polonia blok EE No 62-63.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan dari bulan Maret 2023 - April 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menciptakan temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran) (Jaya 2020, 12).

3.2.2 Sumber Data

Terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder (Syawaludin 2017, 88):

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan dan wawancara dengan informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer. Data tambahan yang dimaksud meliputi dokumen atau arsip didapatkan dari berbagai sumber, foto pendukung yang sudah ada, maupun foto yang dihasilkan sendiri.

3.2.3 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *explanatory*. Penelitian *explanatory* menjawab tentang mengapa fenomena tertentu terjadi dan kekuatan serta pengaruh apa yang mendorong terjadinya fenomena tersebut (Tawakkal and Rohman 2022, 29).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu yang dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi penelitian (Arifin 2017, 7). Jumlah *reseller* parfum merek Gudie pada tahun 2022 berjumlah 111 orang. Maka dari itu, total populasi yang akan dipakai adalah seluruh *reseller* pada tahun 2022 sebanyak 111 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti dianggap mewakili seluruh populasi (Arifin 2017, 7). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *sampling* jenuh. Menurut (Sujarweni, 2016:7) dikatakan *sampling* jenuh apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sehingga sampel penelitian ini sebanyak 111 *reseller*.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan hipotesis pada bagian sebelumnya, identifikasi variabel penelitian dikelompokkan sebagai berikut (Jaya 2020, 62) :

1. Variabel Bebas (X)

Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas penelitian ini adalah Kreativitas (X_1) dan Motivasi (X_2).

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dari penelitian ini adalah Keberhasilan Usaha (Y).

Table 3.1
Identifikasi & Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kreativitas	Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif.	Indikator Kreativitas adalah sebagai berikut : 1. Ingin Tahu 2. Optimis 3. Fleksibel 4. Mencari solusi dari masalah 5. Suka berimajinasi Sumber : (Sudirman ,Dkk 2013, 63)	Likert
Motivasi	Motivasi adalah dorongan dari dalam ataupun luar diri untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan	Indikator dari motivasi adalah sebagai berikut : 1. Adanya kebutuhan dan dorongan 2. Menunjukkan perhatian dan minat 3. Tekun menghadapi yang dilakukan 4. Ulet menghadapi kesulitan 5. Adanya hasrat dan keinginan untuk berhasil Sumber: (Trygu 2021, 52)	Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah proses suatu usaha mencapai tujuanya	Indikator Keberhasilan usaha : 1. Kemampuan menyesuaikan diri 2. Produktivitas 3. Kepuasan kerja 4. Kemampuan mendapatkan laba Sumber: (Santoso 2021, 51)	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya, kuesioner tersebut diisi oleh para responden sesuai dengan yang dikehendaki secara independen dengan tanpa adanya paksaan (Herlina 2019, 1).

Skala Likert adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan (Sujalu et al. 2021, 4).

Berikut lima tingkatan penilaian skala likert yaitu :

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Pilihan	Skala Nilai
1	Setuju Sekali	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Akas, 2020

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan/pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan atau pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok

variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* (Surajiyo 2020, 75).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka dinyatakan *reliabel* (Surajiyo 2020, 75).

3.7 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model analisis regresi linear berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi apakah normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas, yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal P-P plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut pembahasannya (Priyastama 2020, 117):

1. Metode grafik

Uji normalitas residual dengan metode grafik, yaitu melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal P-P Plot of regression standardized residual*. Bila titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut normal.

2. Metode Uji *one sample Kolmogorov smirnov*

Metode ini digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam hal ini dalam hal ini apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau hampir sempurna antarvariabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati). Selain itu dapat dilihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual dengan nilai determinasi secara serentak (Priyastama 2020, 122)

a. Nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor*

Nilai VIF harus kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1.

b. Membandingkan nilai koefisien determinasi individual dengan nilai determinasi secara serentak.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Model regresi yang baik adalah tak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas yaitu dengan melihat pola titik pada scatterplots. Dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y Prediksi – Y asli) (Priyastama 2020, 125).

3.8. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa korelasi dan regresi ganda ini merupakan analisis tentang hubungan antara satu dependent variabel dengan dua atau lebih independen variabel. Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi (Tersiana 2022, 134) :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keberhasilan Usaha (dependent variabel)
- X₁ = Kreativitas (independent variabel)
- X₂ = Motivasi Usaha (independent variabel)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi variabel independen
- e = Kesalahan penduga (yang tidak terungkap=5%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial (uji t) sering disebut juga uji validitas pengaruh. Tujuan pengujian dengan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. (Panjawa and Sugiharti 2021, 29)

- a. $H_0: b_1, b_2 = 0$, artinya Kreativitas dan Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, artinya Kreativitas dan Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.

Hipotesis dapat diketahui apakah diterima atau ditolak yaitu dengan melakukan perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t 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.

3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) merupakan analisis varian (*analysis of variance* - ANOVA). Secara teknis uji F digunakan untuk menguji hipotesis gabungan (*joint hypothesis*) bahwa semua koefisien regresi secara simultan bernilai nol (Panjawa and Sugiharti 2021, 28):

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$, Artinya Kreativitas dan Motivasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Motivasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.

Kriteria pengujian uji simultan adalah :

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

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat. Sebaliknya, jika koefisien determinasi (R^2) semakin kecil atau mendekati 0 maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak cukup kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat (Ghozali 2018, 97).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan

4.1.1 Gambaran Umum Parfum Gudie

Parfum Gudie merupakan parfum brand lokal yang bibitnya di impor dari Perancis dan Inggris. Parfum Gudie yang berlokasi di Komplek CBD Polonia Blok EE No. 63. Gudie parfum terdiri dari 51 varian aroma yang terdapat 18 varian aroma laki-laki dan 33 varian aroma perempuan. Dibuat dengan kualitas yang sangat baik dan harga yang cukup terjangkau agar dapat masuk ke semua kalangan.

Parfum Gudie pertama kali di jual oleh pemilik usahasendiri dengan berkeliling mempromosikan produk Gudie. Kemudian, pemilik usaha mencari cara lain untuk mengembangkan bisnis tersebut dan membantu orang yang ingin mendapat penghasilan tambahan dengan membuka *Reseller*.

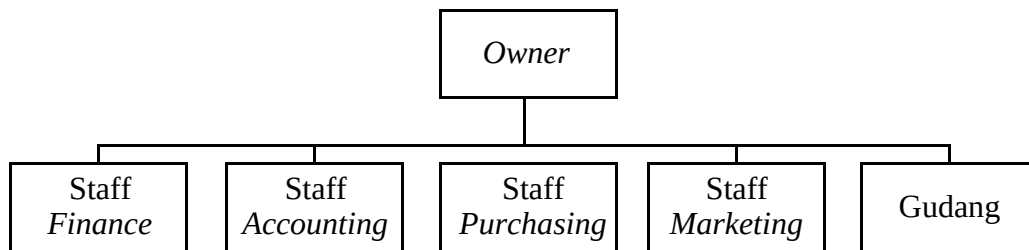
4.1.2 Visi dan Misi Parfum Gudie

Visi Parfum Gudie yaitu menjadikan parfum Gudie sebagai parfum yang digemari para anak muda dengan harga yang cukup terjangkau.

Misi Parfum Gudie yaitu memberikan aroma terbaik bagi kalangan muda dengan kualitas yang baik namun dengan harga yang terjangkau.

4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pada Parfum Gudie secara jelas dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:



Sumber : Parfum Gudie, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Parfum Gudie Kota Medan

Berikut adalah uraian mengenai tugas masing-masing berdasarkan jabatan :

1. *Owner*

Owner memiliki tugas dalam mengambil keputusan penting dan mengontrol operasi kerja bisnisnya.

2. *Staff Finance*

Melakukan pencatatan keuangan baik berupa uang masuk maupun uang pengeluaran.

3. *Staff Accounting*

Melakukan pembuatan laporan pembukuan disertai dengan pelaksanaan dokumentasi dengan baik dan lengkap.

4. *Staff Purchasing*

Melakukan pembelian terhadap segala kepentingan operasional perusahaan baik berupa perlengkapan dan peralatan kerja maupun produk yang akan dipasarkan.

5. *Staff Marketing*

Melakukan penjualan terhadap produk disertai menawarkan promosi kepada seluruh konsumen. Staff ini juga bertanggung jawab dalam melakukan pengantaran produk yang telah dipesan untuk para konsumennya.

6. Gudang

Melakukan pengecekan secara rutin mengenai jumlah persediaan produk yang siap untuk dijual dan membantu mengeluarkan produk yang telah dipesan. Staff Gudang juga bertanggung jawab atas pengoperasian produksi produk.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 111 konsumen yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Berikut ini karakteristik responden yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 4.1.
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
< 20 Tahun	22	19,8
20 – 30 Tahun	64	57,7
>30 Tahun	25	22,5
Jumlah	111	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.1. di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang berasal dari kelompok usia 20-30 tahun menempati posisi teratas sebanyak 64 responden

dengan persentase 57,7%, kelompok usia >30 tahun menempati posisi kedua sebanyak 25 responden dengan persentase 22,5%, kelompok usia <20 tahun menempati posisi ketiga sebanyak 22 responden dengan persentase 19,8%. Berdasarkan hasil kuisioner dapat disimpulkan bahwa pelanggan Reseller Parfum Gudie yang paling dominan adalah berusia 20-30 tahun yaitu 64 orang (57.7%).

Tabel 4.2.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	87	78,4
Perempuan	24	21,6
Jumlah	111	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.2. di atas menunjukkan bahwa responden *Reseller* Parfum Gudie lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 87 orang dengan persentase 78,4% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 24 orang dengan nilai persentase 21,6%. Berdasarkan hasil kuisioner dapat disimpulkan bahwa Reseller Parfum Gudie yang paling dominan adalah laki-laki yaitu 87 orang (78,4%).

Tabel 4.3.
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Frekuensi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	27	24,3
Wirausaha	35	31,5
Karyawan/Pegawai Negeri	45	40,5
Tidak Bekerja	4	3,7
Jumlah	111	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.3. di atas menunjukkan bahwa responden *Reseller* Parfum Gudie yang dengan status karyawan/pegawai negeri menempati posisi pertama sebanyak

45 responden dengan tingkat persentase 40,5%, reseller dengan status wirausaha menempati posisi kedua sebanyak 35 responden dengan persentase 31,5%, reseller dengan status sebagai pelajar/mahasiswa menempati posisi ketiga sebanyak 27 responden dengan persentase 24,3% dan *reseller* dengan status tidak bekerja atau dengan kata lain hanya fokus berjualan parfum Gudie sebanyak 4 responden dengan persentase 3,7%. Berdasarkan hasil kuesioner dapat disimpulkan mayoritas *Reseller* Parfum Gudie adalah karyawan atau pegawai negeri.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Purnomo (2017:70), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

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

Untuk Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0.361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.4.
Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)

No	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	Pemilik usaha selalu mencari perubahan pasar.	0,864	0,361	<i>Valid</i>
2	Pemilik usaha memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dalam mengembangkan ide-ide.	0,900	0,361	<i>Valid</i>
3	Pemilik usaha selalu optimis dalam mengejar target penjualan.	0,746	0,361	<i>Valid</i>
4	Pemilik usaha selalu optimis dalam ide-ide nya.	0,850	0,361	<i>Valid</i>
5	Pemilik usaha berifat terbuka dalam menerima masukan dari reseller.	0,777	0,361	<i>Valid</i>
6	Pemilik usaha selalu siap membantu reseller yang memiliki kendala.	0,745	0,361	<i>Valid</i>
7	Pemilik usaha mampu menyelesaikan masalah dengan baik.	0,822	0,361	<i>Valid</i>
8	Pemilik usaha selalu memberikan arahan jika terjadi masalah.	0,841	0,361	<i>Valid</i>
9	Pemilik usaha memiliki cita-cita untuk menjadikan parfum gudie sebagai pilihan utama di semua kalangan.	0,719	0,361	<i>Valid</i>
10	Pemilik usaha selalu berekspetasi produk parfum gudie selalu di terima pasar.	0,866	0,361	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan *valid* dengan nilai $t_{hitung} > 0,361$. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut *valid* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Motivasi (X₂) dapat dilihat pada Tabel 4.5. berikut ini:

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X₂)

No.	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Parfum Gudie merupakan satu satunya usaha yang dimiliki.	0,826	0,361	<i>Valid</i>
2	Pemilik usaha memiliki dorongan dalam diri sendiri untuk terus maju.	0,873	0,361	<i>Valid</i>
3	Pemilik usaha bersifat empati kepada reseller yang mengalami kendala dalam penjualan parfum.	0,639	0,361	<i>Valid</i>
4	Pemilik usaha sering memberikan motivasi kepada reseller.	0,849	0,361	<i>Valid</i>
5	Parfum Gudie memiliki kemauan menjadi usaha yang maju.	0,892	0,361	<i>Valid</i>
6	Owner Gudie selalu memiliki mindset positif dalam mengejar target.	0,829	0,361	<i>Valid</i>
7	Pemilik usaha pantang menyerah.	0,735	0,361	<i>Valid</i>
8	Pemilik usaha selalu membantu reseller ketika ada masalah.	0,789	0,361	<i>Valid</i>
9	Pemilik usaha sangat ambisius dalam mengembangkan usaha parfum Gudie.	0,759	0,361	<i>Valid</i>
10	Pemilik usaha ingin mencapai penjualan di atas target yang ditetapkan.	0,789	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa 10 butir pernyataan *valid* dengan nilai $t_{hitung} > 0,361$. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut *valid* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Keberhasilan Usaha (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.6. berikut ini :

Tabel 4.6.
Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	Parfum Gudie mengikuti trend pasar.	0,897	0,361	<i>Valid</i>
2	Parfum Gudie selalu menciptakan varian baru.	0,861	0,361	<i>Valid</i>
3	Parfum Gudie mampu meningkatkan laba setiap tahun.	0,633	0,361	<i>Valid</i>
4	Reseller Parfum Gudie yang di rekrut mayoritas memiliki kinerja yang memuaskan.	0,916	0,361	<i>Valid</i>
5	Reseller Parfum Gudie memiliki kepuasan sendiri dalam berjualan parfum.	0,891	0,361	<i>Valid</i>
6	Parfum Gudie selalu mengutamakan kepuasan pelanggan.	0,836	0,361	<i>Valid</i>
7	Parfum Gudie senang adanya order ulang dari customer.	0,909	0,361	<i>Valid</i>
8	Parfum Gudie selalu mampu mencari reseller baru.	0,854	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.6. menunjukkan bahwa 8 butir pernyataan *valid* dengan nilai $t_{hitung} > 0,361$. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut *valid* dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. 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* $\geq 0,8$ = reliabilitas baik.

Berikut ini dapat dilihat Tabel hasil uji reliabel data hasil isi kuisioner:

Tabel 4.7.
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Number of Items</i>	Keterangan
1.	Kreativitas (X_1)	0.943	10	Reliabilitas baik
2.	Motivasi (X_2)	0.937	10	Reliabilitas baik
3.	Keberhasilan Usaha (Y)	0.946	8	Reliabilitas baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 10 butir item untuk variabel Kreativitas, 10 butir item untuk variabel Motivasi, 8 butir item untuk variabel Keberhasilan Usaha tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.2.3.1 Uji Normalitas

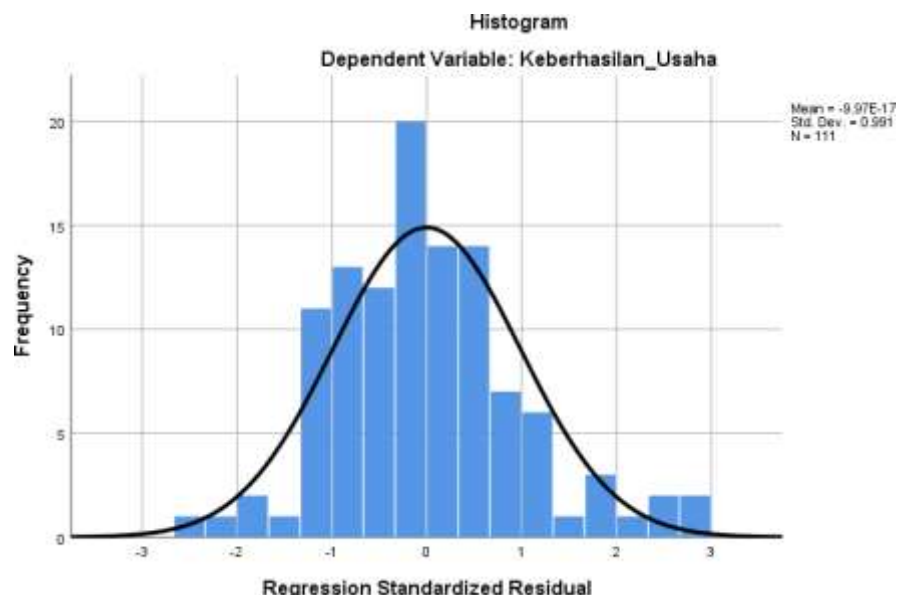
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi apakah normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dasar pengambilan keputusan :

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.

Uji normalitas dengan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

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

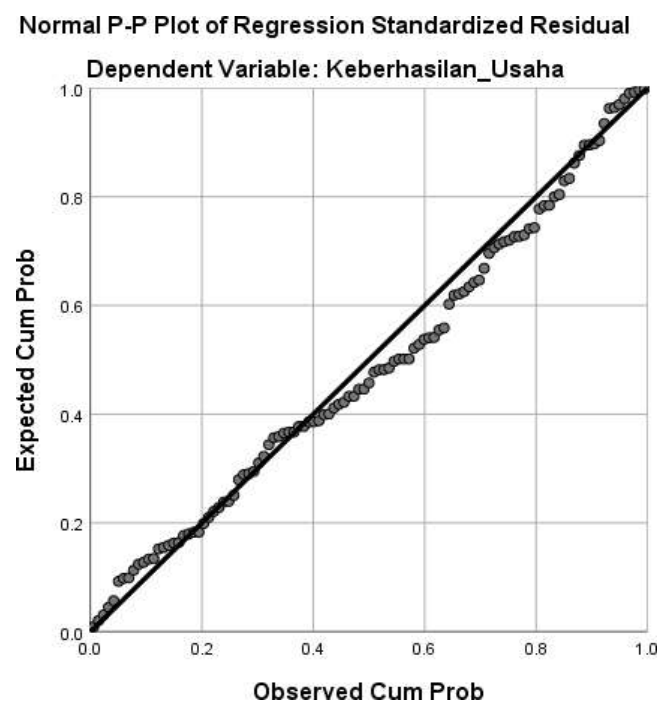
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik Normal P-Plot seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3 di bawah ini :



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.2.
Grafik Histogram

Berdasarkan Gambar 4.2. dapat diketahui bahwa data tegak lurus di atas angka 0, tidak melenceng ke kanan dan ke kiri maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas dapat dilihat 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 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8.
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		111
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.41961816
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.045
Test Statistic		.80
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,74 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

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.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
1	Kreativitas	.538	1.858
	Motivasi_	.538	1.858

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

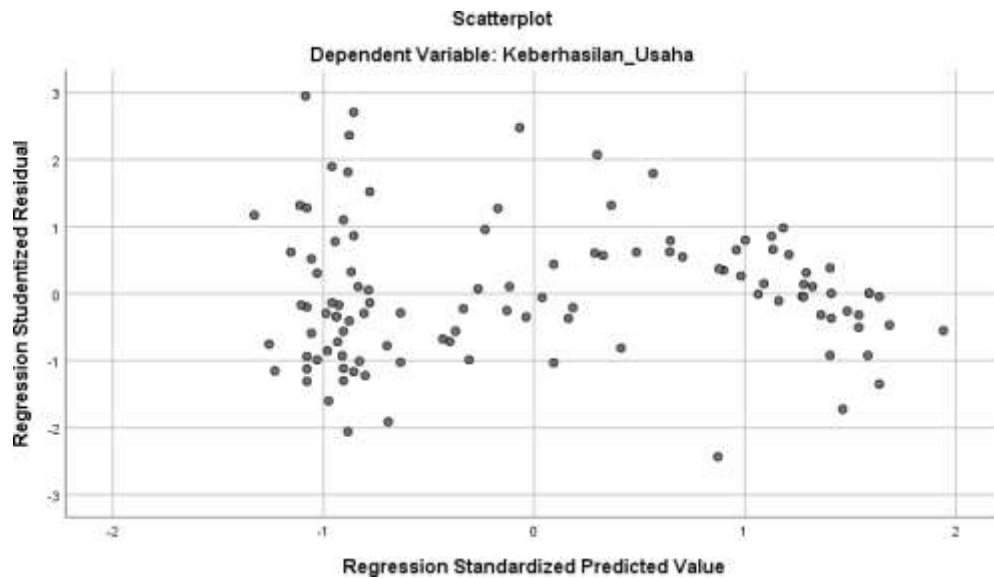
Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu Kreativitas dan Motivasi memiliki VIF kurang dari 10 yaitu 1.858 sedangkan nilai *Tolerance* di atas 0,1 yaitu 0,538. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada 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 4.4 di bawah ini :



Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Dari hasil Gambar 4.4 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak (*random*) dan tersebar di atas ataupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie, dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha (Dependent Variabel)

X_{1, 2} = Kreativitas, Motivasi (Independent Variabel)

a = Konstanta

b_{1, 2} = koefisien untuk variabel Kreativitas, Motivasi

e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.990	1.951		3.583	.001
1 Kreativitas	.272	.075	.330	3.615	.000
Motivasi	.425	.086	.451	4.941	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

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

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 6,990 + 0,272 \text{ Kreativitas} + 0,425 \text{ Motivasi} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut :

- a Konstanta (α) = 6,990 artinya walaupun variabel bebas (X₁) yaitu Kreativitas dan variabel bebas X₂ yaitu Motivasi bernilai 0 maka Keberhasilan Usaha (Y) pada *Reseller* Parfum Gudie adalah tetap sebesar 6,990 satuan.

- b Koefisien X_1 (b_1) = 0,272 dan bernilai positif. Variabel bebas (X_1) yaitu Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,272 satuan ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Kreativitas sebesar satu-satuan maka Keberhasilan Usaha *Reseller* Parfum Gudie akan meningkat sebesar 0,272 satuan.
- c Koefisien X_2 (b_2) = 0,425 dan bernilai positif. Variabel bebas (X_2) Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,425 satuan ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel motivasi sebesar satu-satuan maka keberhasilan usaha *Reseller* Parfum Gudie akan meningkat sebesar 0,425 satuan.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial (uji t) sering disebut juga uji validitas pengaruh. Tujuan pengujian dengan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. (Panjawa and Sugiharti 2021, 29):

- a. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kreativitas dan Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.

Pengujian hipotesis dengan uji t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Ketentuan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

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

Dalam menentukan nilai t_{tabel} , harus mencari dahulu derajat kebebasan (*degree of freedom*) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$df = n - k = 111 - 3 = 108$$

Keterangan:

df = Derajat Kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

Diperoleh besarnya df adalah 108, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,982.

Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 4.11
Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.990	1.951		3.583	.001
	Kreativitas	.272	.075	.330	3.615	.000
	Motivasi	.425	.086	.451	4.941	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, maka terdapat hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya t_{hitung} pada variabel Kreativitas adalah 3.615 dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3.615 > 1,982$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.
2. Besarnya t_{hitung} pada Motivasi adalah 4.941, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $4.941 > 1,982$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

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.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kreativitas dan Motivasi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan.
2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Motivasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie Kota Medan.

Kriteria pengujian uji simultan adalah:

- Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Untuk mencari nilai F_{tabel} diperlukan tabel distribusi F dan menentukan *degree of freedom* (df) nya yaitu, $df_1 = k-1 = 3-1 = 2$, dan $df_2 = n-k = 111- 3 = 108$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,08. (Gunawan 2020,189)

Tabel 4.12
Uji-f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3432.961	2	1716.481	57.376	.000 ^b
	Residual	3230.949	108	29.916		
	Total	6663.910	110			

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Kreativitas

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($57,376 > 3,08$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian, Kreativitas dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Dalam *output* SPSS koefisien determinasi terletak pada Tabel Model Summary dan tertulis R Square.

Tabel 4.13**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.506	5.46957

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.13 di atas diketahui nilai hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,515. Hal ini menunjukkan bahwa 51,5% Keberhasilan Usaha Parfum Gudie dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Motivasi sedangkan sisanya yaitu 48,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga dan Kualitas Produk.

4.3 Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial dengan menggunakan uji $-t$, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Kreativitas adalah 3.615 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,982. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Penelitian ini sesuai dengan teori dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Dana Kristian, Abdul Gofur, 2022) yang berjudul Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada UMKM

Dipademangan Jakarta Utara menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha.

4.3.2. Pengaruh Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil perhitungan uji secara parsial dengan menggunakan uji-t, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Motivasi adalah 4.941 dan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,982. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa Motivasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Farida and Widayanti 2015) yang berjudul Analisis pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja, dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Sentra pada Kripik Tempe Sanan Malang yang membuktikan bahwa Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

4.3.3 Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 57,376 dan nilai F_{tabel} adalah 3,08. Oleh karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa Kreativitas dan Motivasi secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Parfum Gudie.

Dari hasil penelitian ini peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,515. Hal ini menunjukkan bahwa 51.5% variabel Keberhasilan Usaha pada penjualan Parfum Gudie dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Motivasi sedangkan sisanya yaitu 48.5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang

tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.

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 pengaruh Kreativitas dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kreativitas dan Motivasi sebesar satu-satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat.
2. Kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie.
3. Motivasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie.
4. Kreativitas dan Motivasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Kreativitas dan Motivasi keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha pada Parfum Gudie.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. Parfum Gudie diharapkan dapat memperhatikan Kreativitas untuk dapat meningkatkan Keberhasilan Usaha, seperti :
 - a. Kurangnya kreativitas dari owner dalam mengamati perkembangan pasar dengan cara menjual produk parfum yang banyak disukai atau sedang tren karena konsumen cenderung mencari produk parfum yang sedang atau banyak digunakan.
 - b. Parfum gudie kurang diminati oleh semua kalangan karena tidak adanya perubahan atau penambahan aroma baru. Dalam hal ini, owner parfum gudie harus meningkatkan kreativitas dari segi produk seperti memastikan kesediaan pilihan dan varian pada parfum.
2. Parfum Gudie diharapkan dapat mempertahankan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha :
 - a. Parfum Gudie di harapkan dapat mempertahankan motivasi yang diberikan kepada *reseller* pada saat terjadi masalah pada produk atau di lapangan diberikan Motivasi dari *Owner* agar semua *Reseller* Parfum Gudie mempunyai dorongan dari luar untuk lebih giat dan semangat sehingga bisa mencapai suatu Keberhasilan Usaha yang diinginkan.

- b. Mempertahankan sifat empati dalam membantu *reseller* parfum gudie ketika terjadi masalah dalam penjualan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan motivasi tambahan sehingga kinerja para reseller dapat lebih meningkat.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha pada penjualan Parfum Gudie selain variabel Kreativitas dan Motivasi misalnya harga, lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan dan perilaku konsumen.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu Parfum Gudie. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa toko parfum di Kota Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 111 responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk

penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

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

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

Manajemen, 6(2), 9-20.

Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.

Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.

Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.

Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.

Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.

Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.

Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.

Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.

Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.

Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.

Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer

Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit 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

**PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
PENJUALAN PARFUM GUDIE DI KOTA MEDAN**

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Proposal. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. Identitas Responden

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
Usia : ☐ <20 tahun ☐ 20-30 tahun ☐ >30 tahun

Pekerjaan : ☐ Pelajar ☐ Karyawan/Pegawai Negeri
☐ Wirausaha ☐ Tidak Bekerja

II. Petunjuk Pengisian

Silahkan jawab pertanyaan berikut ini dengan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi saudara. Saudara harus menandai jawaban yang saudara pilih dengan tanda (√) pada kolom yang disediakan.

Berikut petunjuknya :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Ragu-Ragu (RR)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel (X1) Kreativitas

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Ingin tahu						
1	Pemilik usaha selalu mencari perubahan pasar					
2	Pemilik usaha memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dalam mengembangkan ide-ide					
Optimis						
3	Pemilik usaha selalu optimis dalam mengejar target penjualan					
4	Pemilik usaha selalu optimis dalam ide-ide nya					
Fleksibel						
5	Pemilik usaha bersifat terbuka dalam menerima masukan dari reseller					
6	Pemilik usaha selalu siap membantu reseller yang memiliki kendala					
Mencari solusi dari masalah						
7	Pemilik usaha mampu menyelesaikan masalah dengan baik					
8	Pemilik usaha selalu memberikan arahan jika terjadi masalah					
Suka berimajinasi						
9	Pemilik usaha memiliki cita-cita untuk menjadikan parfum gudie sebagai pilihan utama di semua kalangan					
10	Pemilik usaha selalu berekspektasi produk parfum gudie selalu di terima pasar					

Variabel (X2) Motivasi

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Adanya kebutuhan dan Dorongan						
1	Parfum Gudie merupakan satu satunya usaha yang dimiliki					
2	Pemilik usaha memiliki dorongan dalam diri sendiri untuk terus maju					
Menunjukkan perhatian dan Minat						
3	Pemilik usaha bersifat empati kepada reseller yang mengalami kendala dalam penjualan parfum					
4	Pemilik usaha sering memberikan motivasi kepada reseller					
Tekun menghadapi yang dilakukan						
5	Parfum Gudie memiliki kemauan menjadi usaha yang maju					
6	Owner Gudie selalu memiliki mindset positif dalam mengejar target					

Ulet menghadapi kesulitan						
7	Pemilik usaha pantang menyerah					
8	Pemilik usaha selalu membantu reseller ketika ada masalah					
Adanya Hasrat dan keinginan untuk berhasil						
9	Pemilik usaha sangat ambisius dalam mengembangkan usaha parfum Gudie					
10	Pemilik usaha ingin mencapai penjualan di atas target yang ditetapkan					

Variabel (Y) Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
Kemampuan menyesuaikan diri						
1	Parfum Gudie mengikuti trend pasar					
2	Parfum Gudie selalu menciptakan varian baru					
Produktivitas						
3	Parfum Gudie mampu meningkatkan laba setiap tahun					
4	Reseller Parfum Gudie yang di rekrut mayoritas memiliki kinerja yang memuaskan					
Kepuasan Kerja						
5	Reseller Parfum Gudie memiliki kepuasan sendiri dalam berjualan parfum					
6	Parfum Gudie selalu mengutamakan kepuasan pelanggan					
Kemampuan mendapatkan laba						
7	Parfum Gudie senang adanya order ulang dari customer					
8	Parfum Gudie selalu mampu mencari reseller baru					

TERIMA KASIH

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Kreativitas										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	23
2	4	5	3	5	4	5	3	5	3	4	41
3	2	1	1	3	2	3	2	1	1	2	18
4	3	2	1	2	3	1	2	3	1	3	21
5	1	2	3	1	2	2	2	1	3	2	19
6	2	1	2	3	1	2	1	3	2	2	19
7	1	2	3	2	2	3	3	2	3	1	22
8	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	44
9	3	4	5	5	3	3	5	4	5	3	40
10	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	41
11	4	5	4	5	3	3	4	5	4	5	42
12	4	5	3	5	4	5	3	4	3	4	40
13	4	5	3	4	5	3	4	3	3	4	38
14	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	42
15	1	2	3	2	2	2	3	3	3	1	22
16	4	5	5	3	4	5	3	3	2	4	38
17	4	4	3	5	4	5	4	5	3	4	41
18	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	27
19	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	42
20	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	42
21	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	44
22	1	2	3	2	2	1	2	3	3	1	20
23	2	3	2	1	1	2	3	3	2	2	21
24	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	25
25	4	5	4	3	3	5	4	3	5	4	40
26	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	20
27	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	20
28	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	21
29	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	19
30	1	2	3	2	3	1	1	2	3	1	19

No	Motivasi										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	2	2	3	2	1	1	2	3	2	3	21
2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	3	23
3	4	5	3	3	3	4	5	3	4	3	37
4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	42
5	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3	23
6	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	22
7	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	21
8	3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	22
9	4	3	5	5	5	4	5	3	5	3	42
10	4	5	3	3	4	5	5	3	4	3	39
11	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	39
12	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	42
13	4	3	5	4	4	5	3	4	3	5	40
14	4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	42
15	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	36
16	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	41
17	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	22
18	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	23
19	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	42
20	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	46
21	4	5	3	5	4	5	3	4	3	4	40
22	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	23
23	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	26
24	3	2	3	2	2	3	2	1	2	1	21
25	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	22
26	1	2	3	1	2	2	3	2	3	2	21
27	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	21
28	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3	23
29	1	2	2	1	2	2	3	2	3	2	20
30	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	42

No	Keberhasilan Usaha								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	2	3	2	2	2	2	2	16
2	2	3	3	2	2	3	2	1	18
3	1	2	1	2	2	1	2	2	13
4	5	4	5	3	5	4	5	4	35
5	3	5	4	5	3	4	3	5	32
6	2	1	2	2	3	3	1	2	16
7	1	2	3	3	3	2	2	2	18
8	1	2	2	1	2	3	2	3	16
9	2	3	2	2	3	3	3	3	21
10	5	3	5	4	5	3	5	3	33
11	4	5	3	5	4	5	4	5	35
12	5	3	5	4	5	3	5	3	33
13	4	5	3	5	5	5	4	5	36
14	1	2	3	2	2	2	2	2	16
15	4	5	3	5	4	5	4	5	35
16	5	3	5	4	5	3	5	3	33
17	4	5	3	5	5	5	4	5	36
18	3	2	2	3	3	2	2	3	20
19	5	4	4	5	5	4	5	4	36
20	4	5	3	5	4	5	4	5	35
21	4	3	5	4	3	5	3	4	31
22	2	3	2	3	2	3	2	3	20
23	3	1	2	2	1	2	2	2	15
24	1	2	3	2	2	2	1	2	15
25	4	5	3	5	5	4	5	5	36
26	4	3	3	4	5	3	4	3	29
27	3	3	4	4	3	3	3	3	26
28	5	4	3	4	5	4	5	4	34
29	3	3	3	2	2	1	2	3	19
30	1	2	2	2	2	1	2	2	14

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Kreativitas (X1)

Correlations											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
P1 Pearson Correlation	1	.735**	.472**	.692**	.736**	.694**	.676**	.643**	.444*	.947**	.864**
Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.014	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.735**	1	.625**	.728**	.650**	.738**	.722**	.759**	.558**	.769**	.900**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.472**	.625**	1	.493**	.489**	.428*	.660**	.565**	.879**	.478**	.746**
Sig. (2-tailed)	.008	.000		.006	.006	.018	.000	.001	.000	.008	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.692**	.728**	.493**	1	.677**	.648**	.595**	.811**	.514**	.717**	.850**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006		.000	.000	.001	.000	.004	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.736**	.650**	.489**	.677**	1	.513**	.533**	.625**	.435*	.680**	.777**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000		.004	.002	.000	.016	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.694**	.738**	.428*	.648**	.513**	1	.488**	.494**	.342	.696**	.745**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018	.000	.004		.006	.005	.064	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.676**	.722**	.660**	.595**	.533**	.488**	1	.671**	.680**	.683**	.822**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.002	.006		.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.643**	.759**	.565**	.811**	.625**	.494**	.671**	1	.586**	.647**	.841**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.005	.000		.001	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9 Pearson Correlation	.444*	.558**	.879**	.514**	.435*	.342	.680**	.586**	1	.434*	.719**
Sig. (2-tailed)	.014	.001	.000	.004	.016	.064	.000	.001		.017	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10 Pearson Correlation	.947**	.769**	.478**	.717**	.680**	.696**	.683**	.647**	.434*	1	.866**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.017		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.864**	.900**	.746**	.850**	.777**	.745**	.822**	.841**	.719**	.866**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Kreativitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	10

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Motivasi (X2)

Correlations												
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
P1	Pearson Correlation	1	.730**	.329	.774**	.672**	.806**	.557**	.535**	.540**	.600**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.076	.000	.000	.000	.001	.002	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.730**	1	.349	.661**	.700**	.709**	.690**	.741**	.643**	.727**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.059	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.329	.349	1	.482**	.598**	.384*	.448*	.532**	.522**	.539**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.076	.059		.007	.000	.036	.013	.003	.003	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.774**	.661**	.482**	1	.804**	.786**	.368*	.701**	.427*	.690**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007		.000	.000	.046	.000	.018	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.672**	.700**	.598**	.804**	1	.725**	.682**	.605**	.723**	.594**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.806**	.709**	.384*	.786**	.725**	1	.542**	.511**	.494**	.560**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.036	.000	.000		.002	.004	.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.557**	.690**	.448*	.368*	.682**	.542**	1	.371*	.943**	.347	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.013	.046	.000	.002		.044	.000	.060	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.535**	.741**	.532**	.701**	.605**	.511**	.371*	1	.475**	.854**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.003	.000	.000	.004	.044		.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.540**	.643**	.522**	.427*	.723**	.494**	.943**	.475**	1	.396*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.003	.018	.000	.006	.000	.008		.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.600**	.727**	.539**	.690**	.594**	.560**	.347	.854**	.396*	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.001	.001	.060	.000	.030		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.826**	.873**	.639**	.849**	.892**	.829**	.735**	.789**	.759**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Motivasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	10

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keberhasilan Usaha (Y)

Correlations									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1 Pearson Correlation	1	.620**	.665**	.756**	.843**	.638**	.895**	.647**	.897**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.620**	1	.339	.845**	.658**	.805**	.696**	.902**	.861**
Sig. (2-tailed)	.000		.067	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.665**	.339	1	.483**	.565**	.390*	.630**	.292	.633**
Sig. (2-tailed)	.000	.067		.007	.001	.033	.000	.117	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.756**	.845**	.483**	1	.771**	.782**	.755**	.841**	.916**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007		.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.843**	.658**	.565**	.771**	1	.638**	.909**	.644**	.891**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.638**	.805**	.390*	.782**	.638**	1	.615**	.834**	.836**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.033	.000	.000		.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.895**	.696**	.630**	.755**	.909**	.615**	1	.656**	.909**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.647**	.902**	.292	.841**	.644**	.834**	.656**	1	.854**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.117	.000	.000	.000	.000		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.897**	.861**	.633**	.916**	.891**	.836**	.909**	.854**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	8

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Kreativitas										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	27
2	2	3	2	1	1	2	3	3	2	2	21
3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	25
4	4	5	4	3	3	5	4	3	5	4	40
5	3	4	5	5	3	3	5	4	5	3	40
6	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	41
7	4	5	4	5	3	3	4	5	4	5	42
8	4	5	3	5	4	5	3	4	3	4	40
9	4	5	3	4	5	3	4	3	3	4	38
10	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	42
11	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	44
12	4	5	5	3	4	5	3	3	2	4	38
13	4	4	3	5	4	5	4	5	3	4	41
14	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	42
15	4	5	5	4	3	5	3	4	5	4	42
16	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	44
17	1	2	3	2	2	1	2	3	3	1	20
18	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	20
19	1	2	3	2	2	2	3	3	3	1	22
20	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	19
21	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	21
22	2	1	2	3	1	2	1	3	2	2	19
23	1	2	3	2	2	3	3	2	3	1	22
24	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	20
25	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	23
26	4	5	3	5	4	5	3	5	3	4	41
27	2	1	1	3	2	3	2	1	1	2	18
28	1	2	3	2	3	1	1	2	3	1	19
29	3	2	1	2	3	1	2	3	1	3	21
30	1	2	3	1	2	2	2	1	3	2	19
31	1	2	3	1	2	2	1	3	2	2	19
32	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	23
33	4	1	3	5	4	1	3	3	4	3	31
34	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	42
35	1	2	3	2	2	3	2	1	1	2	19
36	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	22
37	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	45
38	1	3	2	2	1	2	3	2	1	3	20
39	2	3	3	2	1	2	3	2	2	3	23
40	2	5	3	5	4	5	3	5	2	3	37
41	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	16
42	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	24
43	3	2	3	1	2	3	3	2	3	3	25
44	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	25
45	3	5	4	4	4	5	3	5	3	3	39

46	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
47	1	2	3	2	2	2	3	3	1	3	22
48	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	41
49	1	2	3	2	2	3	2	1	1	2	19
50	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	43
51	1	2	3	3	2	2	3	3	1	3	23
52	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	44
53	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	25
54	3	5	2	2	2	2	1	2	3	1	23
55	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	20
56	2	2	2	1	2	3	3	1	2	3	21
57	1	2	2	2	2	3	1	2	1	1	17
58	1	2	2	3	3	2	3	2	1	3	22
59	4	5	5	3	5	4	5	3	4	5	43
60	5	2	1	1	2	2	3	3	5	3	27
61	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	20
62	4	5	3	5	5	5	3	3	4	3	40
63	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	22
64	4	5	3	5	5	3	5	3	4	5	42
65	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	45
66	1	2	3	2	2	3	3	2	1	3	22
67	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	23
68	1	2	3	3	3	2	3	3	1	3	24
69	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
70	5	2	1	2	2	2	2	2	5	2	25
71	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
72	1	2	3	2	2	3	3	2	1	3	22
73	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	34
74	5	4	5	5	5	5	3	5	5	3	45
75	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	26
76	1	3	2	3	3	2	2	2	1	2	21
77	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	21
78	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	21
79	3	3	5	4	5	3	5	4	3	5	40
80	3	3	2	2	2	2	1	2	3	1	21
81	3	3	3	2	1	2	2	3	3	2	24
82	1	2	3	3	2	3	2	2	1	2	21
83	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	44
84	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	45
85	3	5	4	4	5	3	5	4	3	5	41
86	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	23
87	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	44
88	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	42
89	3	5	5	4	5	3	5	4	3	5	42
90	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	41
91	1	2	3	3	2	2	2	2	1	2	20
92	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	19
93	1	2	3	3	2	2	2	3	1	2	21

94	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	19
95	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	22
96	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	20
97	1	2	3	2	2	3	3	2	1	3	22
98	1	1	1	2	2	2	3	3	1	3	19
99	3	3	3	1	3	5	2	2	3	3	28
100	3	2	3	5	2	3	3	4	2	4	31
101	4	5	1	4	2	4	2	2	3	4	31
102	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	29
103	4	5	3	5	4	2	3	2	4	2	34
104	3	3	5	4	2	3	2	1	5	3	31
105	4	5	5	3	3	1	3	4	3	3	34
106	4	5	4	3	4	2	2	2	3	4	33
107	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	32
108	4	4	2	2	4	2	3	2	2	4	29
109	1	3	2	3	2	4	3	2	4	2	26
110	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	27
111	4	2	3	2	1	3	2	2	3	4	26

No	Motivasi										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	26
2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	22
3	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3	23
4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	41
5	4	3	5	5	5	4	5	3	5	3	42
6	4	5	3	3	4	5	5	3	4	3	39
7	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	39
8	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	42
9	4	3	5	4	4	5	3	4	3	5	40
10	4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	42
11	4	3	3	5	4	5	3	3	3	3	36
12	4	5	3	3	3	4	5	3	4	3	37
13	3	4	5	4	5	3	4	5	5	4	42
14	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	42
15	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	46
16	4	5	3	5	4	5	3	4	3	4	40
17	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	23
18	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	21
19	2	2	3	2	1	1	2	3	2	3	21
20	2	3	3	2	2	1	2	3	2	3	23
21	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	22
22	3	2	3	2	2	3	2	1	2	1	21
23	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	22
24	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	23
25	1	2	2	1	2	2	3	2	3	2	20
26	4	5	3	5	4	5	3	5	3	5	42
27	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3	23
28	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	21
29	3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	22
30	1	2	3	1	2	2	3	2	3	2	21
31	1	3	2	2	2	1	2	1	2	3	19
32	1	2	2	2	3	1	2	3	2	3	21
33	4	1	4	5	5	1	5	5	5	1	36
34	4	5	5	4	5	3	3	4	3	4	40
35	5	5	4	4	3	4	5	3	4	3	40
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	1	3	2	2	3	1	3	5	30
38	1	3	3	3	3	3	3	2	1	2	24
39	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	22
40	4	1	1	4	5	3	5	5	5	5	38
41	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	28
42	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	20
43	3	2	2	3	3	2	2	1	2	1	21
44	3	1	3	3	3	1	3	2	3	1	23
45	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	35
46	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	25

47	2	2	1	2	3	3	2	1	2	1	19
48	4	1	3	5	5	4	5	3	1	3	34
49	2	3	3	2	2	3	2	1	2	1	21
50	4	5	3	5	5	4	5	3	5	3	42
51	2	3	3	2	2	3	2	1	2	1	21
52	1	5	3	1	5	4	5	3	1	3	31
53	1	2	3	2	2	3	2	1	2	1	19
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	1	2	3	1	2	2	3	2	3	2	21
56	4	1	2	3	3	2	5	5	5	3	33
57	2	1	3	2	1	2	3	1	3	1	19
58	3	3	3	3	3	3	3	3	5	2	31
59	1	5	3	3	1	4	3	5	3	5	33
60	4	5	3	2	2	4	3	5	3	3	34
61	4	5	5	5	5	3	2	1	2	1	33
62	4	5	3	1	5	1	1	3	5	3	31
63	3	3	3	2	2	3	2	1	2	1	22
64	3	3	3	1	4	1	4	5	4	4	32
65	4	1	3	1	5	3	1	3	3	3	27
66	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	23
67	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	18
68	1	2	3	1	2	1	3	3	3	2	21
69	4	3	3	2	2	3	2	1	2	1	23
70	1	2	3	2	2	1	3	3	1	1	19
71	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	18
72	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
73	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
74	4	3	3	5	4	4	3	3	5	3	37
75	3	2	2	3	2	3	3	3	3	1	25
76	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
77	1	1	1	3	2	2	3	3	1	3	20
78	3	1	1	1	3	3	1	1	3	3	20
79	5	4	3	3	4	3	5	3	4	3	37
80	1	3	1	2	3	3	2	2	1	3	21
81	2	3	2	2	1	1	1	3	3	1	19
82	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	23
83	4	4	4	3	3	5	3	4	3	3	36
84	4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	37
85	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	36
86	3	1	3	1	2	2	2	1	1	4	20
87	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34
88	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	36
89	5	5	5	3	4	3	3	4	3	4	39
90	4	5	3	3	3	5	5	3	3	3	37
91	3	1	2	2	1	1	1	1	3	3	18
92	1	2	3	2	2	2	1	3	1	3	20
93	3	3	3	3	2	2	1	1	1	3	22
94	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	26

95	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	22
96	3	1	3	1	1	3	1	3	1	3	20
97	3	1	3	2	2	2	1	3	3	3	23
98	2	2	2	1	2	3	3	1	2	3	21
99	1	2	2	2	2	3	1	2	1	1	17
100	3	2	2	4	3	4	3	2	1	3	27
101	2	2	2	3	3	2	1	3	4	2	24
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
103	2	3	5	4	3	3	1	4	3	3	31
104	4	5	3	2	2	4	2	2	3	1	28
105	1	4	5	3	1	4	1	3	2	4	28
106	1	4	3	4	3	3	2	4	3	3	30
107	4	2	3	2	5	4	2	3	2	2	29
108	4	2	3	3	4	1	3	5	2	3	30
109	3	3	4	2	2	3	4	3	2	3	29
110	2	1	3	2	5	3	4	2	2	3	27
111	5	4	2	2	1	4	5	3	5	4	35

47	5	5	5	2	5	5	5	5	37
48	4	5	3	5	5	4	3	5	34
49	2	3	3	2	2	2	3	3	20
50	4	5	3	5	5	4	3	5	34
51	3	5	5	3	3	3	5	5	32
52	4	5	3	5	5	4	3	5	34
53	2	3	3	2	2	2	3	3	20
54	4	5	4	4	5	4	4	5	35
55	5	2	1	5	2	5	1	2	23
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	5	2	3	5	1	5	3	2	26
58	4	5	3	5	4	4	3	5	33
59	4	5	5	5	4	4	5	5	37
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	3	5	2	5	2	3	2	5	27
62	4	5	3	5	5	4	3	5	34
63	5	5	5	5	2	5	5	5	37
64	3	5	4	5	5	3	4	5	34
65	4	5	3	5	5	4	3	5	34
66	2	5	5	5	2	2	5	5	31
67	4	5	3	2	2	4	3	5	28
68	3	3	3	3	2	3	3	3	23
69	4	5	3	4	5	4	3	5	33
70	3	2	3	2	2	3	3	2	20
71	2	3	3	3	5	2	3	3	24
72	2	3	3	2	3	2	3	3	21
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	3	4	3	5	5	3	3	4	30
75	2	3	3	3	2	2	3	3	21
76	3	3	3	2	3	2	3	3	22
77	3	3	3	3	3	3	3	3	24
78	1	2	3	3	3	1	3	2	18
79	4	5	4	4	3	4	4	5	33
80	2	2	3	2	1	2	3	2	17
81	3	2	2	3	3	3	2	2	20
82	2	2	3	2	1	2	3	2	17
83	4	5	3	5	5	4	3	5	34
84	5	4	5	5	4	5	5	4	37
85	4	5	5	5	4	4	5	5	37
86	3	3	3	2	1	3	3	3	21
87	4	5	5	5	5	4	5	5	38
88	5	5	5	4	5	5	5	5	39
89	4	5	3	5	4	4	3	5	33
90	4	5	5	5	4	4	5	5	37
91	1	2	3	2	2	1	3	2	16
92	2	4	4	3	4	2	3	2	24
93	3	4	2	5	3	5	3	3	28
94	3	2	3	2	2	3	2	2	19

95	3	2	3	4	5	3	3	4	27
96	1	3	3	4	2	3	2	2	20
97	3	2	3	3	3	4	2	2	22
98	3	3	3	4	4	2	4	5	28
99	3	3	3	4	3	3	4	3	26
100	3	3	4	4	2	3	3	3	25
101	4	4	3	4	3	3	2	3	26
102	2	3	4	2	4	2	2	3	22
103	4	3	4	2	3	3	3	3	25
104	5	2	3	5	3	2	4	3	27
105	4	2	5	4	3	3	3	3	27
106	4	5	5	4	5	3	2	4	32
107	3	4	3	2	5	3	4	2	26
108	4	3	3	5	4	4	3	4	30
109	2	3	4	4	3	3	3	3	25
100	3	3	4	4	3	5	5	4	31
111	4	5	4	3	4	5	3	4	32

Lampiran 10 : Hasil Output Penelitian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.506	5.470

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3432.961	2	1716.481	57.376	.000 ^b
	Residual	3230.949	108	29.916		
	Total	6663.910	110			

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Kreativitas

Coefficients^a

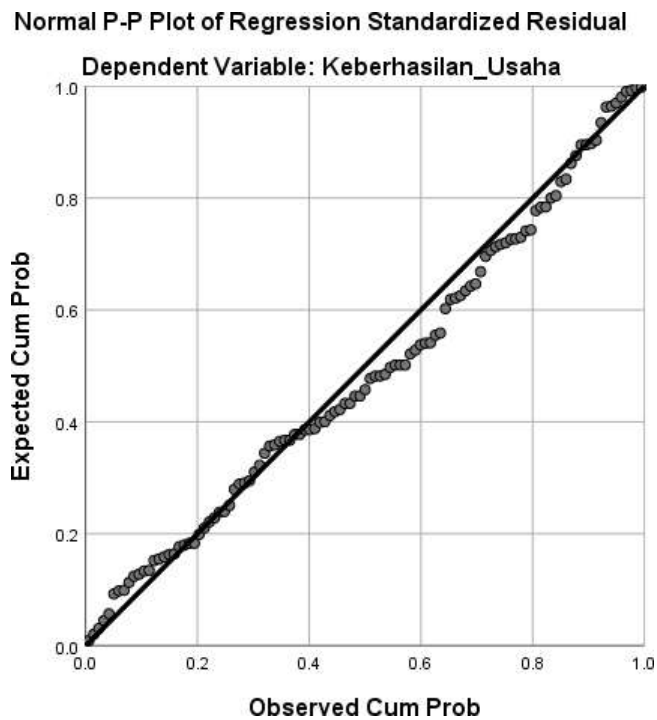
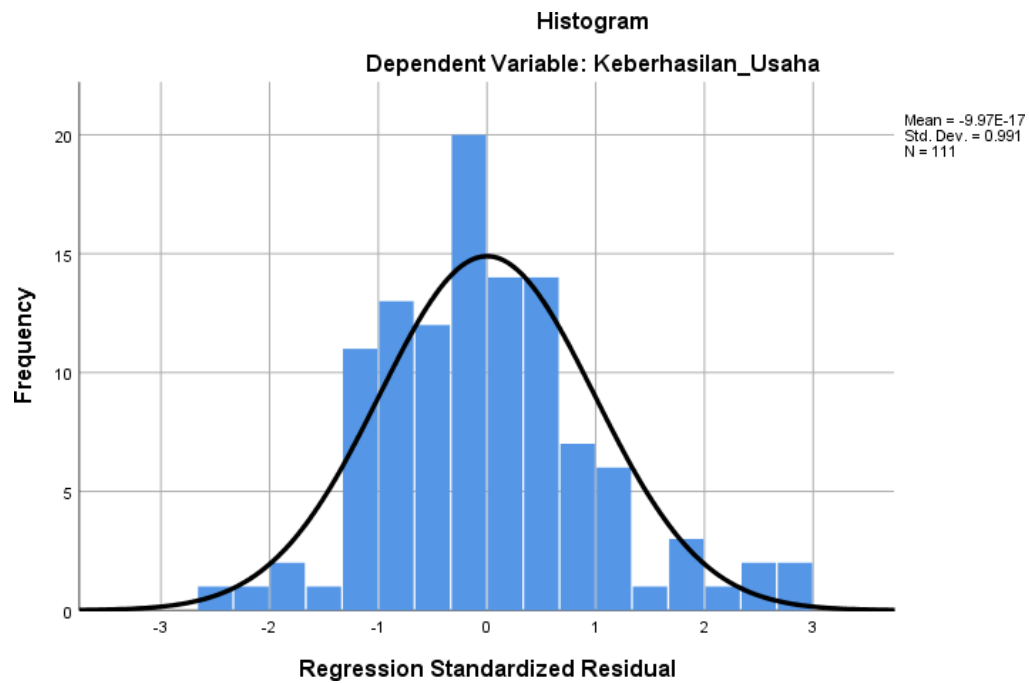
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.990	1.951		3.583	.001		
	Kreativitas	.272	.075	.330	3.615	.000	.538	1.858
	Motivasi	.425	.086	.451	4.941	.000	.538	1.858

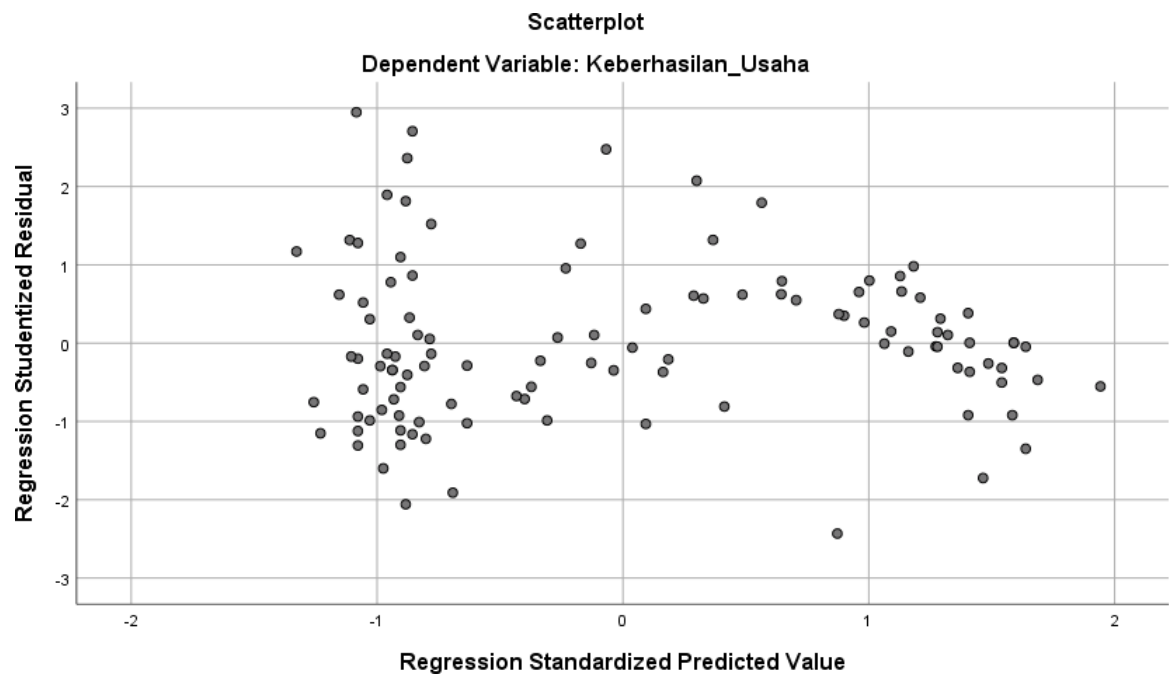
a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	111
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	5.41961816
Most Extreme Differences	
Absolute	.080
Positive	.080
Negative	-.045
Test Statistic	.080
Asymp. Sig. (2-tailed)	.074 ^c

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







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, 18 Januari 2023

Nomor : 028/R/STIE-EP/I/2023

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Gudie Parfume
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Ericsson
NIM	: 191010115
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Analisis Faktor Karakteristik Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke Gudie Parfume 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 dipublikasikan 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



GUDIE PARFUME

Komplek CBD Polonia Jl. Padang Golf Blok EE 63 Medan

SURAT PERNYATAAN

Perihal : Konfirmasi Observasi

Kepada Yth.

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

Ketua STIE Eka Prasetya

Di Medan

Dengan Hormat,

Dengan diterimanya surat permohonan observasi, kami menerima dan memberikan izin melakukan observasi di Gudie Parfum kepada mahasiswa yang bertanda dibawah ini.

Nama : Ericsson

NIM : 191010115

Program Studi : Manajemen (S1)

Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor Karakteristik Kewirausahaan dan Motivasi

Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Gudie di Kota Medan

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut dapat kami terima untuk melaksanakan observasi di Gudie Parfum

Demikian surat ini kami perbuat dan atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,


GUDIE PARFUM
Jeffry Julian
Owner



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Ericsson
NIM : 191010115
PROGRAM STUDI : Management

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Rabu, 26 Jan 2022	Cholberd Pakpahan JUDUL PROPOSAL: Pengaruh People, Process dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Konsumen SIR Solon (studi kasus JLMH Damaris NOKS Bandara Hula I Kec. Medan Kota)	181010206	
2	Rabu, 26 Jan 2022	Jeffrey JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Suntech Graha	181010072	
3	Rabu, 26 Jan 2022	Sese JUDUL PROPOSAL: Pengaruh personal selling dan saluran distribusi terhadap Volume Penjualan CV. Mahrom Auto Sejahtera	181010162	
4	Senin, 15 Feb 2022	Andrew Salim JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Harga dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sinar Semangit Bandara Medan (distribusi Semen Mada Paksi)	181010172	
5	Senin, 15 Feb 2022	Hendrick JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Modal dan Ekspansi Jarak terhadap Kepuasan Bertransaksi (studi kasus warung kompleks perumahan)	181010103	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

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

Medan,20....
Ketua STIE Eka Prasetya



Nama Mahasiswa : Ericsson

NIM : 191010115

Kelas : Kewirausahaan B

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0821 6650 5758 Email: ericsson 08@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl Aksara 99 Pallasia no163AA

Nama Dosen Pembimbing 1:

Desma Erika Mayati M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dedy Lazuardy, SE, MM

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	7 oktober	Bimbingan Judul	Myl
2	17 oktober	Revisi Judul	Myl
3	26 oktober	cek teori variabel	Myl
4	3 November	cari lagi tentang Y	Myl
5	7 November	Teori pendamping Y	Myl
6	10 November 22	ACC Teori & indikator utama & Teori pembandingan	Myl
7	1 Desember 22	Variabel keberhasilan usaha - 1 teori	Myl
8	8 Desember 22	Revisi Teori dan Indikator utama dan Teori pembandingan	Myl
9	30 Januari 23	Bab 1, Revisi total Latar Belakang, landasan teori, dan Rumus	Myl
10	6 Februari 23	Bab Revisi Cover, Gambar Lembar, Pengantar Bab 1, dan Bab 2	Myl
11			
12	9 Februari 23	lanjut sampai BAB III	Myl
13	13 Feb 23	lanjut kuesioner	Myl
14	16 Feb 23	ACC Sempro	Myl
15	27 Feb 23	Revisi X1 : Kreativitas ; teori ot.	Myl
16		lanjut kuesioner	
17	3 Feb 23	ACC kuesioner revisi	Myl
	25 Apr 23	ACC Bab 4 & 5	Myl

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	28/2/23	pergantian variabel Variabel X1	
2			
3			
4			

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
	20 - 4 - 2023	layout, Abstract, Abstrak, Daftar Isi Daftar pustaka	M. H.
	2 - 5 - 2023	Acc Sidang	M. H.



Nama Mahasiswa : Ericsson

NIM : 191010115

Kelas : Kewirausahaan B

Konsentrasi : Kewirausahaan, ~~Pemasaran~~ (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0821 6650 5750 Email: ericsson80@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Akarya 66 Pancasila No 63 AA

Nama Dosen Pembimbing 1:

Desma Erika Margati, M.Spd., M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dedy Lazuardi, SE., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	20 Desember 2022	Pengisian Bab 1 dan 2	
2	28 Januari 2023	Revisi Bab 1 dan 2	
3	1 Februari 2023	Revisi Layout Case dan Isi	
4	8 Februari 2023	Pembuatan tabel pada Bab 1 dan Lembar Gal	
5	14 Februari 2023	tambahi Kertas pengantar, Daftar Isi & Question	
6		serta Daftar pustaka	
7	15 Februari 2023	Ace sampul	
8			
9	24/01-2023	- lengkapi data di Bab IV & V	
10	26/01/2023	- fee up nya lagi	
11			
12			
13			
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

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| 1. Nama | : Ericsson |
| 2. Tempat/ Tanggal Lahir | : Medan, 24 Juli 2001 |
| 3. Jenis Kelamin | : Laki-Laki |
| 4. Alamat | : JL. Aksara gg Pancasila no 163AA |
| 5. Alamat Email | : ericssen88@gmail.com |
| 6. Agama | : Buddha |
| 7. Status | : Belum Kawin |
| 8. Handphone | : 0821 6650 5758 |

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 | : SD Yayasan Perguruan Wiyata Dharma Medan |
| 2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 | : SMP Yayasan Perguruan Wiyata Dharma Medan |
| 3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 | : SMA Yayasan Perguruan Wiyata Dharma Medan |
| 4. Tahun 2019 sd Sekarang | : STIE Eka Prasetya Medan |

RIWAYAT PEKERJAAN

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Juni 2019 s/d Desember 2019 | : CV. Benteng Honda Marelan |
| Januari 2020 s/d Sekarang | : PT. Riau Agri |

DATA ORANG TUA

- | | |
|----------------|------------------------------------|
| Nama Ayah | : Tjin Hwe |
| Pekerjaan | : Wiraswasta |
| Handphone (HP) | : 0812 6018 0404 |
| Alamat | : JL. Aksara gg Pancasila no 163AA |

- | | |
|----------------|------------------------------------|
| Nama Ibu | : Anita |
| Pekerjaan | : Ibu Rumah Tangga |
| Handphone (HP) | : 0813 7550 8818 |
| Alamat | : JL. Aksara gg Pancasila no 163AA |

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat sebenar-benarnya

Medan, 9 Mei 2023

Penulis,



Ericsson