

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI
KASUS PADA RUANG KOPI KOJU CABANG
CEMARA ASRI MEDAN)**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
NOVITA
191010039**

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

Judul : PENGARUH KREATIVITAS DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS
PADA RUANG KOPI KOJU CABANG
CEMARA ASRI MEDAN)

Nama : Novita

NIM : 191010039

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 09 Mei 2023

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc

NIDN : 0124028902

Pembimbing II,



Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si

NIDN : 0108069301

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

Judul : PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI
KASUS PADA RUANG KOPI KOJU CABANG
CEMARA ASRI MEDAN)

Nama : Novita
NIM : 191010039
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

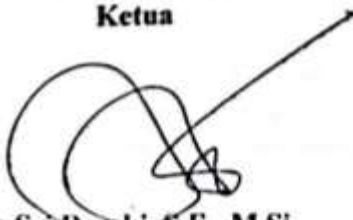
Pada 16 Mei 2023
Dewan Penguji,

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

Penguji II : Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN : 0117126501

()
()

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	Novita
NIM	191010039
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Ruang Kopi Kaju Cabang Cemara Asri Medan)
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc
Pembimbing-II	Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si

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

Medan, 16 Mei 2023



Novita
191010039

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS PADA RUANG KOPI KOJU CABANG CEMARA ASRI MEDAN)”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan proposal skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si. 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 STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Peneliti menyadari proposal skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan proposal skripsi ini sangat diharapkan peneliti. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 16 Mei 2023
Peneliti

Novita
191010039

ABSTRAK

Novita, 191010039, Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus Pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Pembimbing II : Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri 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. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Ruang Kopi Koju serta unit observasinya adalah Konsumen Ruang Kopi Koju. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Ruang Kopi Koju selama tahun 2022 yaitu sebanyak 8.640 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keberhasilan Usaha = 7,070 + 0,220 Kreativitas + 0,590 Inovasi Produk + e.**

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan dimana $t_{hitung} 3,056 > t_{tabel} 1,984$ dan variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan dimana $t_{hitung} 4,334 > t_{tabel} 1,984$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $105,062 > 3,09$ yang berarti variabel bebas (Kreativitas dan Inovasi Produk) secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat (Keberhasilan Usaha). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 68,6% variabel Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Inovasi Produk, sedangkan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh pengaruh faktor-faktor lain atau variabel di luar model seperti Harga, Kualitas dan lainnya yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kreativitas, Inovasi Produk, Keberhasilan Usaha.

ABSTRACT

Novita, 191010039, *The Effect of Creativity and Product Innovation on Business Success Case Study at the Kaju Coffee Room Cemara Asri Medan Branch, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc., Advisor II : Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Sc.*

*The purpose of this study is to determine the effect of Creativity and Product Innovation on Business Success Case Study at the Kaju Coffee Room Cemara Asri Medan branch. The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this research is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers. The unit of analysis in this study Kaju Coffee Room its observation unit are Consumers of Kaju Coffee Room. The population in this study were all consumers at Kaju Coffee Room during the 2022 period as many as 8.640 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the total sample size is 99 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation **Business Success = 7,070 + 0,220 Creativity + 0,590 Product Innovation + e**.*

The results of the t test show that the Creativity variable has a positive and significant effect on Business Success of Kaju Coffee Room where $t_{count} 3,056 > t_{table} 1,984$ and the Product Innovation variable have a positive and significant effect on Business Success where $t_{count} 4,334 > t_{table} 1,984$. The results of the F test show that $F_{count} > F_{table}$ is $105.062 > 3,09$ which means that the independent variables (Creativity and Product Innovation) simultaneously influence the dependent variable (Business Success). The test results of the coefficient of determination (R^2) indicate that 68,6% of Business Success variables are influenced by the variable Creativity and Product Innovation while the remaining 31,4% is explained by the influence of other factors or variables outside the model such as Price, Quality and others not discussed in this study.

Keywords: Creativity, Product Innovation, Business Success.

MOTTO

“All our dreams come true if we have the courage
to pursue them **화이팅!!** ”

Semua impian kita menjadi kenyataan jika kita
memiliki keberanian untuk mengejarnya. Hwaiting!!

-Jeon Jung Kook-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

Papa dan Mama yang ku sayangi, kedua kakak perempuan ku, dan kedua keponakan ku yang lucu siapa lagi kalau bukan Kayleen dan Claysen yang selalu menjadi penyemangat hingga selesainya skripsi ini. Thankyou for everything..

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

Tidak lupa kepada Ericssen yang sama-sama berjuang berbagi kesulitan, 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

MOTTO ix

PERSEMBAHAN x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Identifikasi Masalah 7

1.3 Batasan Masalah 8

1.4 Rumusan Masalah 8

1.5 Tujuan Penelitian.....8

1.6 Manfaat Penelitian.....9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Teori Keberhasilan Usaha	10
2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha.....	10
2.1.1.2 Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.1.3 Alasan Kegagalan Suatu Usaha Kecil	13
2.1.1.4 Indikator Keberhasilan Usaha	13
2.1.2 Teori Tentang Kreativitas	14
2.1.2.1 Pengertian Kreativitas.....	14
2.1.2.2 Bentuk Kreativitas	15
2.1.2.3 Konsep Kreativitas	15
2.1.2.4 Sumber Kreativitas	16
2.1.2.5 Indikator Kreativitas	17
2.1.3 Teori Tentang Inovasi Produk	18
2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk	18
2.1.3.2 Tujuan Inovasi Produk.....	19
2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk	20
2.1.3.4 Tahapan Inovasi	20
2.1.2.5 Indikator Inovasi Produk.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	21
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.1.1 Lokasi	24
3.1.2 Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	24
3.2.1 Jenis Data.....	24
3.2.2 Sumber Data	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi Penelitian	25
3.3.2 Sampel Penelitian.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.6.1 Uji Validitas.....	29
3.6.2 Uji Reliabilitas	29
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.1 Uji Normalitas	30
3.7.2 Uji Multikolinieritas	30
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	31
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.9 Uji Hipotesis	32
3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	32
3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	33

3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	35
4.1.1	Sejarah Singkat Ruang Kopi Koju	35
4.1.2	Visi dan Misi Ruang Kopi Koju	35
4.1.3	Struktur Organisasi	36
4.2	Hasil Penelitian	37
4.2.1	Uji Validitas.....	37
4.2.1.1	Uji Validitas Variabel Kreativitas	37
4.2.1.2	Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	39
4.2.1.3	Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha	40
4.2.2	Uji Reliabilitas	41
4.2.3	Karakteristik Responden	42
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	44
4.2.4.1	Uji Normalitas	44
4.2.4.2	Uji Multikolinieritas	47
4.2.4.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.2.5	Analisis Regresi Berganda.....	50
4.2.6	Pengujian Hipotesis	50
4.2.6.1	Uji t (Uji Secara Parsial).....	51
4.2.6.2	Uji f (Uji Secara Simultan).....	53
4.2.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.3	Pembahasan	55

4.3.1	Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha	55
4.3.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha.....	56
4.3.3	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap.....	
	Terhadap Keberhasilan Usaha	57
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN		
	AKADEMIS.....	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Implikasi Manajerial	58
5.3	Saran Akademis	60
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
SURAT IZIN PENELITIAN		
SURAT BALASAN PENELITIAN		
KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL		
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Omset Ruang Kopi Koju	3
Tabel 1.2	Inovasi Rasa Kopi Dari Ruang Kopi Koju.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
Tabel 3.2	Skala Likert.....	42
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas(X_1).....	51
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X_2).....	52
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X_1).....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X_2).....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y).....	55
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	57
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	60
Tabel 4.11	Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.12	Uji <i>Geljser</i>	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.14	Hasil Uji T	66
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kopi Koju.....	49
Gambar 4.2	Grafik Histogram	58
Gambar 4.3	Grafik Normal P-Plot.....	59
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>	62

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 Inovasi Produk (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Inovasi Produk (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

Di era globalisasi saat ini industri bisnis dalam bidang kuliner mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Industri kuliner merupakan salah satu industri yang telah menjadi kontributor utama bagi perekonomian negara saat ini. Hal ini mendorong para pengusaha kuliner harus pandai melihat peluang dan berusaha semakin kreatif dalam menawarkan produk andalannya untuk kemajuan dan keberlangsungan bisnis yang dijalankan. *Coffee shop* atau gerai kopi merupakan salah satu dari usaha kuliner yang kian menarik dibicarakan dalam beberapa tahun belakangan ini, khususnya dalam cakupan kota Medan.

Coffee shop adalah suatu tempat yang menyediakan berbagai macam jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam keadaan santai dengan tempat yang nyaman dilengkapi dengan musik, desain interior yang memiliki ciri khas, dan memberikan pelayanan dengan ramah. Kopi memang sangat menarik. Seperti aromanya yang mampu menggugah segala hasrat dari pikiran hingga kreativitas.

Penikmat kopi terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan usaha warung kopi dan perubahan gaya hidup menyebabkan masyarakat membutuhkan sebuah ruang dengan nuansa baru. Ruang di mana semua kalangan dapat tergabung di dalamnya namun tetap ada kopi yang menjadi pemersatunya. Penikmat kopi dari zaman ke zaman pun mulai mengalami perubahan. Sebelumnya, penikmat kopi di warung-warung kopi tradisional terbatas hanya kaum bapak-bapak dan kakek-kakek, yang lebih identik

dengan kaum lelaki saja. Namun berbeda jauh dengan yang terjadi pada masa kini. Penikmat kopi tidak hanya dari kalangan lelaki, tetapi juga sudah merambah kepada kalangan wanita baik remaja, orang dewasa maupun orang tua. (Lukitaningsih & Juliani, 2021)

Keberhasilan Usaha merupakan tujuan dari setiap wirausaha membuka sebuah bisnis termasuk bagi usaha *Coffee shop*. Suatu usaha dikatakan berhasil apabila mengalami kemajuan atau perkembangan dari segi modal/asset serta peningkatan volume penjualan hingga pertumbuhan laba perusahaan selama beberapa tahun terakhir. Menurut Andriana (2021:4) Keberhasilan Usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Menurut Lestari dan Musrid (2019:8) banyak faktor yang dapat memotivasi keberhasilan seorang wirausahawan dalam mengelola usahanya. Diantara faktor-faktor yang mendukung Keberhasilan Usaha yaitu bekerja prestatif, dedikasi tinggi dan mempunyai tujuan di dalam usaha. Menurut Nurmiati, dkk (2020:57) meskipun beberapa pemilik usaha berhasil mengembangkan usahanya bahkan mendunia, tidak sedikit pula pemilik usaha dan wirausaha yang mengalami kegagalan dikarenakan terlalu santai menjalankan bisnis, tidak mampu melakukan pengawasan terhadap pegawai dan keterbatasan modal dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Ruang Kopi Koju adalah salah satu UMKM yang menyediakan tempat tongkrongan khususnya bagi kaum muda. Ruang Kopi Koju beralamatkan di Jl. Cemara Asri Boulevard Raya, Ruko Golden Gate No.18 G-H, Medan Estate. Dalam mempertahankan penjualannya yang dihubungkan dengan Keberhasilan Usaha,

pihak Ruang Kopi Koju melakukan berbagai macam strategi diantaranya Kreativitas dan Inovasi Produk.

Berikut terlampir data jumlah pengunjung dan omset Ruang Kopi Koju dari awal hingga tahun 2022 :

Tabel 1.1
Data Omset Ruang Kopi Koju

No	Tahun	Penjualan
1	2017	Rp 1.383.125.000
2	2018	Rp 1.106.482.000
3	2019	Rp 1.277.096.500
4	2020	Rp 602.961.000
5	2021	Rp 1.003.274.000
6	2022	Rp 1.296.582.000

Sumber : Ruang Kopi Koju, 2022

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas, diketahui bahwa jumlah penjualan dari Ruang Kopi Koju mengalami fluktuasi sejak 6 tahun terakhir. Jumlah penjualan paling sedikit terjadi pada tahun 2020. Dimana, pada saat itu terjadi pandemi Covid-19 sehingga pemerintah menerapkan PPKM yang mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung Ruang Kopi Koju yang cukup signifikan dengan penjualan hanya sebesar Rp 602.961.000. Namun, sebelum Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yaitu pada tahun 2017-2019, Ruang Kopi Koju telah mengalami fluktuasi kunjungan pelanggan meskipun tidak terlalu signifikan sehingga berdampak pada omset penjualan. Setelah pandemi Covid-19 berlalu, yakni di tahun 2021, pengunjung Ruang Kopi Koju juga belum pulih secara signifikan jika di bandingkan dengan tahun 2017.

Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha diduga adalah Kreativitas. Kreativitas merupakan keahlian seseorang dalam mengemukakan ide-ide kreatif yang berbeda dari orang lain. Menurut Nofriser, dkk (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. 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 kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Inovasi juga memiliki peran dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha.

Inovasi adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada ataupun kemampuan seseorang dalam mengembangkan atau menyempurnakan produk yang sudah ada. Menurut Hajar (2019:150) Inovasi Produk adalah pengembangan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya atau memiliki atribut yang tinggi terhadap produk yang sudah ada.

Untuk menu kopi dan lainnya, Kopi Koju sama dengan menu dari kafe kopi lainnya. Namun, ada yang membedakan disini, yaitu memberikan nama unik untuk menu andalannya "Kopi Juara". Kopi Juara merupakan kopi susu aren yang jadi *best seller* kafe ini. Ada makna tersendiri di balik nama "Kopi Juara". "Kenapa Kopi Juara?" Karena kopi ini adalah kopi susu aren yang jadi *best seller* hampir setiap coffee shop. Tidak hanya itu, nama "Kopi Juara" adalah kepanjangan dari nama "Koju". Sesuai namanya, maka kopi ini dijadikan sebagai menu terbaik.

Namun Seiring berjalannya waktu, jumlah pengunjung mulai surut dikarenakan munculnya berbagai saingan disekitar lokasi Ruang Kopi Koju. Oleh

sebab itu, pemilik usaha dituntut untuk selalu mengembangkan Kreativitas dan Inovasi terkait menu yang akan ditawarkan kepada pelanggan.

Penurunan pengunjung menyebabkan konsumen memiliki berbagai pertimbangan untuk memilih tempat tongkrongan atau pun mengonsumsi kopi. Jadi, wajar saja sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, konsumen terlebih dahulu mengecek atau membandingkan tempat tongkrongan atau menu kopi dari *cafe* lain. Berikut ini adalah beberapa produk yang paling banyak diminati oleh konsumen dari Ruang Kopi Koju pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Inovasi Rasa Kopi dari Ruang Kopi Koju

Kopi Juara Signature	Iced Kopi Keju
 Rp 33.000 Coffee Vanila	 Rp 39.000 Caramel Machiatto
 Rp 38.000 Koju Dolce Latte	 Rp 39.000 Pandan Latte



Dalam menjalankan usaha, Ruang Kopi Koju terus berupaya melakukan inovasi produk agar pelanggan tidak merasa bosan dengan menu kopi yang disajikan. Pada awal mula Ruang Kopi Koju didirikan yakni pada tahun 2016, hanya terdapat beberapa menu kopi saja seperti Kopi Sang Juara, *Sanger Espresso* *Regal Milk*. Pada tahun 2017, Ruang Kopi Koju melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan Regal Juara, *Koju Dolce Latte*, *Mochacino*. Kemudian pada tahun 2018, Ruang Kopi Koju kembali melakukan inovasi pada varian menu dengan menghadirkan *Matcha Milk*, *Charcoal Milk*, *Taro Milk*, *Caramel Coffee Frappe* dan *Red Velvet Frappe*. Pada tahun 2019, Ruang Kopi Koju juga melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan *Honey Coffee Jelly*, *Coffee Hazelnut*, dan *Matcha Coffee*. Pada tahun 2020, Ruang Koju juga melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan *Pandan Latte*, *Pink Mockberry* dan *Lychia Mock*. Pada tahun 2021, Ruang Kopi Koju juga melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan *Honey Flourite Mock* dan *Rainbow Mocktail*.

Permasalahan pada Ruang Kopi Koju yang menyangkut pada Kreativitas dari pemilik usaha masih kurang sehingga belum dapat memperoleh sebuah ide

brilian yang dapat membuatnya mampu memberhasilkan usahanya, sedangkan permasalahan yang berkaitan dengan Inovasi Produk adalah inovasi dari produk-produk yang diciptakan belum mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian dan keberhasilan usaha dengan *café* yang lainnya.

Berdasarkan fenomena permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Ruang Kopi Koju dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS PADA RUANG KOPI KOJU CABANG CEMARA ASRI MEDAN)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Masih minimnya Kreativitas dari Ruang Kopi Koju dalam memberikan pelayanan dan kreasi tampilan makanan atau minuman yang disajikan agar berbeda dari *café* yang lain.
2. Inovasi dari menu makanan atau kopi masih dianggap kurang unik atau memiliki ciri khas dari *café* yang lain.
3. Kreativitas dan Inovasi dari menu makanan dan minuman yang kurang memiliki ciri khas tersendiri menyebabkan Keberhasilan Usaha tidak tercapai dengan optimal.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Kreativitas (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Objek penelitian ini merupakan pelanggan Ruang Kopi Koju.

1.4. Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju?
2. Apakah ada pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju?
3. Apakah ada pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut :

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 Inovasi Produk yang bertujuan untuk terus meningkatkan Keberhasilan Usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan Usaha adalah suatu hasil kerja yang dicapai oleh seorang wirausaha sesuai dengan standar dan kriteria yang telah ditetapkan dalam kelangsungan hidup bisnis. Menjadi seseorang yang sukses dan berhasil tentunya tidak mudah, karena menjadi orang yang berprestasi banyak sekali proses yang dihadapi.

Keberhasilan Usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan (Andriana 2021:4). Menurut Liswati (2018:47) definisi Keberhasilan Usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya.

Menurut Saryanto (2018:5) definisi Keberhasilan Usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak cerdas yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya, dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis, target perusahaan yang ditentukan manajer-pemilik usaha, permodalan sakal usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan, kinerja keuangan , serta *image* per-

usaha.

Menurut Suharson (2021:13) Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang di capai. Keberhasilan identik dengan pendapatan. Oleh sebab itu, pendapatan merupakan salah satu kriteria bagi kegiatan usaha, yakni dapat dipergunakan untuk menilai keberhasilan usaha atau dapat dikatakan keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai (Santoso 2021, 51).

Berdasarkan teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Keberhasilan Usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan dan dapat menerapkan secara proaktif.

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, symbol 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. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya.

4. *Passion*

Kewirausahaan dapat ditumbuhkan 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 kerja sama 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

Ada empat kriteria penting sebagai indikator keberhasilan (Santoso 2021, 51) :

1. Kemampuan menyesuaikan diri
Kemampuan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terus terjadi.

2. Produktivitas

3. Kepuasan kerja

Baik untuk para tenaga kerja maupun kepuasan yang dirasakan oleh pelaku usaha itu sendiri.

4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya

Kemampuan dalam mendapatkan keuntungan dan kejelian untuk mencari sumber daya, sehingga produksi tidak terhenti.

2.1.2 Kreativitas

2.1.2.1 Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah keahlian seseorang dalam menciptakan atau menghasilkan produk ataupun karya yang baru dalam menangani permasalahan yang ada dan mengambil peluang dari permasalahan tersebut.

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 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan gagasan atau ide baru dalam menyelesaikan masalah ataupun menciptakan sebuah produk baru.

2.1.2.2 Bentuk Kreativitas

Kreativitas yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi ungkapan-ungkapan yang akan ditunjukkan 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 ungkapannya. 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 (Sudirman. 2022, 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 Inovasi Produk

2.1.3.1 Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk adalah upaya yang harus dilakukan oleh pebisnis untuk membuat, memperbaiki, mengembangkan, dan meningkatkan produk tersebut.

Inovasi produk adalah bentuk inovasi yang paling mungkin karena visibilitas yang jelas dari perubahan yang diterapkan (Machmud dan Sidharta 2022:32). Menurut Hajar (2019:150) Inovasi produk adalah pengembangan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya atau memiliki atribut yang tinggi terhadap produk yang sudah ada.

Menurut Abdurrozzaq (2022:74) Inovasi Produk merupakan pengembangan barang, jasa dan ide – ide baru berupa peningkatan dari yang sudah ada secara signifikan berkaitan dengan karakteristik fungsional dan penggunaannya, peningkatan dalam hal spesifikasi teknik, komponen dan bahan, keramahan dalam penggunaan atau karakteristik fungsional lainnya.

Menurut Mastriada et al. (2020:16) Inovasi Produk yaitu inovasi yang berangkat dari adanya perubahan pada desain dan produk suatu layanan. Hal ini yang membedakan dengan produk layanan terdahulu atau sebelumnya. Inovasi produk bertujuan meningkatkan kemampuan dari pelaku usaha dalam menghasilkan produk. Menurut Sudarmanto, dkk (2022:54) Inovasi Produk merupakan upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk memperbaiki, meningkatkan, mengembangkan dan menyempurnakan produk yang selama ini di produksi.

Berdasarkan pengertian inovasi produk menurut para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa jasa baru. Inovasi juga termasuk adanya pemikiran bisnis baru dan proses baru.

2.1.3.2 Tujuan Inovasi Produk

Beberapa tujuan dari inovasi produk dijelaskan sebagai berikut (Sudarmanto et al. 2022, 54) :

1. Meningkatkan kualitas produk

Tujuan dari inovasi adalah untuk meningkatkan kualitas produk baik barang maupun jasa. Bisnis yang memiliki fokus jangka panjang selalu berorientasi pada kualitas.

2. Memenuhi kebutuhan pelanggan

Produk yang baik adalah produk yang mampu menyelesaikan masalah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Perusahaan harus mampu

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan tuntutan dan harapan pelanggan.

2.1.3.3 Faktor-faktor Keberhasilan Inovasi Bisnis

Faktor-faktor keberhasilan dari arti pentingnya penerapan inovasi dalam perusahaan (Bahri 2021, 210) :

1. Inovasi harus berorientasi pada perubahan dan kondisi pasar, yang meliputi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan orientasi interfunksional.
2. Inovasi harus mampu meningkatkan keuntungan dan nilai tambah bagi perusahaan.
3. Inovasi harus mampu meningkatkan nilai guna, efektivitas dan efisiensi produk maupun proses pembuatannya.
4. Inovasi harus sesuai dengan visi, misi tujuan dan orientasi perusahaan dalam lingkungan industri.
5. Inovasi harus sesuai dengan orientasi teknologi perusahaan.

2.1.3.4 Tahapan Inovasi

Tahap-tahap inovasi dapat dikelompokkan menjadi 2 fase yaitu (Utami et al. 2022, 134) :

1. Penciptaan inovasi; kreasi gagasan dan pemecahan masalah bagi produk atau solusi produk.
2. Adopsi inovasi; akuisisi atau implementasi inovasi yang menjadikan sumber peluang dari inovasi.

2.1.3.5 Indikator Inovasi Produk

Indikator inovasi produk (Putra dan Setiawan 2019:7) :

1. Penambahan Varian

Pembahan Varian agar dapat memikat konsumen.

2. Penambahan Fitur Varian

Penambahan Fitur Varian agar konsumen dapat menentukan selera sendiri.

3. Kontrol Kualitas

Selalu mengontrol kualitas dalam pelayanan konsumen.

4. Standar Kualitas

Mengikuti standar kualitas agar tidak terlihat aneh.

2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

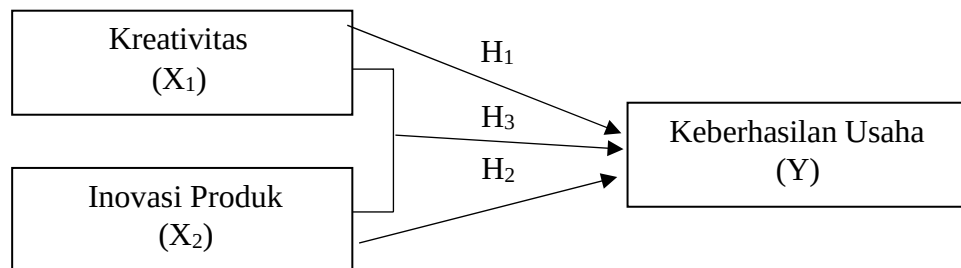
Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Putri Amanda and M.Nawawi 2022 Management Development and Applied Research Journal e-ISSN : 2654-4504 p-ISSN : 2721-1436 Sinta 5	Pengaruh Jiwa Wirausaha, Kemampuan Inovasi dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha	Variabel Independen adalah Jiwa Wirausaha, Kemampuan Inovasi dan Motivasi Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Jiwa Wirausaha, Kemampuan Inovasi dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

2	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 Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
3	Handayani and Tanjung 2017 Jurnal Riset Bisnis & Manajemen e-ISSN : 2338-292 p-ISSN : 2086-0455 Sinta 4	Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Rumah Batik Komar di Kota Bandung	Variabel Independen adalah Sikap Kewirausahaan dan Proses Inovasi Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Sikap Kewirausahaan dan Proses Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
4	Antari et al. 2022 Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan e-ISSN : 2623-1077 Sinta 4	Dominasi Keterampilan Wirausaha dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Perak Celik	Variabel Independen adalah Keterampilan Wirausaha dan Inovasi Produk Variabel Dependen adalah Keberhasilan Usaha	Hasil secara parsial maupun simultan Keterampilan Wirausaha dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha
5	Ekasari and Nurhasanah 2018 Jurnal Sains Sosio Humaira 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 positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat di lihat hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan.
- H₂ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan.
- H₃ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi

Penelitian ini akan dilakukan di Ruang Kopi Koju Jl. Cemara Asri Boulevard Raya, Ruko Golden Gate No.18 G-H.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dimulai dari bulan Maret 2023 hingga 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. Berdasarkan pendapat Jaya (2020,12) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran).

3.2.2 Sumber Data

Menurut Syawaluddin (2017:88) terdapat 2 sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder :

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.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

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).

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Ruang Kopi Koju selama periode 2022 adalah sebanyak 8.640 konsumen.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti dianggap mewakili seluruh populasi (Arifin 2017:7). Dikarenakan jumlah populasi adalah sebanyak 8.640 konsumen maka jumlah populasi akan diperkecil dengan Teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10%. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Sampel

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{8.640}{1 + 8.640 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{8.640}{1 + 8.640 (0,01)}$$

$$n = \frac{8.640}{1 + 86,40}$$

$$n = \frac{8.640}{87,40}$$

= 98,85 (dibulatkan menjadi 99 sampel)

Sampel pada penelitian ini adalah 99 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Jaya 2020:80). Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung minimal dua kali karena dengan frekuensi tersebut seharusnya konsumen telah merasakan pelayanan, rasa minuman dan fasilitas yang diberikan oleh Ruang Kopi Koju.

3.4 Definisi 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 Inovasi Produk (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).

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kreativitas (X_1)	Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.	1. Ingin tahu 2. Optimis 3. Fleksibel 4. Mencari solusi dari masalah 5. Orisinil 6. Suka berimajinasi Sumber : Sudirman,dkk (2022:49)	Likert
Inovasi Produk (X_2)	Inovasi produk yaitu inovasi yang berangkat dari adanya perubahan pada desain dan produk suatu layanan. Hal ini yang membedakan dengan produk layanan terdahulu atau sebelumnya.	1. Penambahan Varian 2. Penambahn Fitur Varian 3. Kontrol Kualitas 4. Standar Kualitas Sumber: Putra dan Setiawan (2019:7)	Likert

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai.	1. Kemampuan menyesuaikan diri 2. Produktivitas 3. Kepuasan kerja 4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya Sumber: Santoso (2021:51)	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

Menurut Herlina (2019:1) 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.

Menurut Akas (2020:4) 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.

Berikut lima tingkatan penilaian skala likert yaitu :

Tabel 3.2
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 dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan/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

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Priyastama (2018:117), Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi secara 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:

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 sminorv*

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

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati 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

Menurut Priyastama (2020:125) 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 tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai uji heteroskedastisitas yaitu uji glejser dan dengan melihat pola titik pada *scatterplot*.

a. Uji Glejser

Dilakukan dengan cari meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Bila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Melihat pola titik pada *Scatterplot*

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).

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 = Inovasi Produk (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. H₀: b₁, b₂ = 0, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Kaju.

- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

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) :

- a. $H_0: b_1 = b_2 = 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju
- b. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

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 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Ruang Kopi Koju

Ruang Kopi Koju menjadi salah satu tempat tongkrongan yang terkenal di kota Medan. Pada Awal pembukaan usaha di tahun 2016, Kopi Koju hanya berupa *stand* yang berlokasi di Komplek Cemara Asri Medan dan ketika itu Ruang Kopi Koju hanya tersedia minuman. Kopi Koju yang awalnya hanya berjualan kopi berupa *stand* lalu berinovasi menjadi sebuah *café* pada tahun 2019. Owner Kopi Koju menambah menu makanan dan varian rasa minuman untuk lebih menarik konsumen datang. Kini, Ruang Kopi Koju merupakan sebuah *cafe* yang menyajikan berbagai menu kopi, aneka makanan lokal dan *western* yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat di kantong.

4.1.2 Visi dan Misi Ruang Kopi Koju

4.1.2.1 Visi Ruang Kopi Koju

Visi Ruang Kopi Koju adalah menjadikan Ruang Kopi Koju sebagai tempat tongkrongan pilihan utama di kalangan muda dengan menyajikan kopi dan makanan berkualitas yang didukung oleh pelayanan yang cepat dan bersahabat dalam rangka untuk memperoleh kepuasan pelanggan.

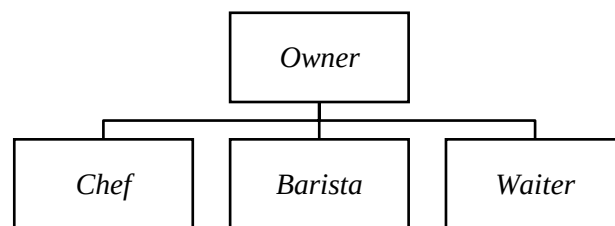
4.1.2.2 Misi Ruang Kopi Koju

Misi Ruang Kopi Koju adalah :

1. Menawarkan kopi dengan aroma terbaik sesuai dengan selera konsumen.
2. Mengutamakan kebersihan ruangan Kopi Koju guna memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.

4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pada Kopi Koju secara jelas dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini :



Sumber : Kopi Koju, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Kopi Koju

Uraian tugas pada bagian-bagian dari struktur organisasi Kopi Koju :

1. *Owner*
Bertugas untuk memantau segala aktifitas yang dilakukan di lingkungan usaha yang dimilikinya sekaligus mengontrol pengeluaran.
2. *Chef*
Bertugas mengelola dapur dan mengolah makanan untuk di sajikan.
3. *Barista*
Bertugas meracik minuman (baik kopi maupun non kopi) dan menyiapkan menu minuman yang di pesan pelanggan, sekaligus merangkap sebagai kasir.
4. *Waiter*
Bertanggung jawab melayani dan mengantarkan menu pesanan yang di pesan oleh pelanggan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 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 $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, 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.

4.2.1.1 Uji Validitas Variabel Kreativitas

Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.1
Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Owner Kopi Koju memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dalam mengembangkan ide-ide.	0,925	0,361	<i>Valid</i>
2	Owner Kopi Koju memiliki suatu sifat ingin tahu keinginan konsumen.	0,982	0,361	<i>Valid</i>
3	Kopi Koju optimis dalam meningkatkan penjualan dengan memastikan keramahan staf Ruang Kopi Koju yang sopan dan sabar.	0,502	0,361	<i>Valid</i>
4	Kopi Koju optimis menawarkan produk yang berbeda dan terbaru sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencoba.	0,921	0,361	<i>Valid</i>
5	Owner Kopi Koju ikut serta melayani konsumen pada saat berada di tempat.	0,816	0,361	<i>Valid</i>
6	Kopi koju dapat memberikan gagasan dengan cepat ketika konsumen membutuhkannya.	0,900	0,361	<i>Valid</i>
7	Owner Kopi Koju selalu ikut serta dalam menanggapi keluhan konsumen.	0,890	0,361	<i>Valid</i>
8	Kopi Koju melakukan pencarian informasi untuk mendapatkan solusi	0,921	0,361	<i>Valid</i>
9	Konsep yang diciptakan oleh Kopi Koju adalah orisinil tanpa meniru lainnya.	0,982	0,361	<i>Valid</i>
10	Terdapat menu “Kopi Juara” yang hanya ada di Kopi Koju.	0,502	0,361	<i>Valid</i>
11	Kopi Koju suka berimajinasi untuk menciptakan ide-ide baru.	0,845	0,361	<i>Valid</i>
12	Owner Kopi Koju selalu berekspektasi pelanggan mereka sudah sejalan dengan apa pun yang mereka tawarkan.	0,932	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas menunjukkan semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai

batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah *valid*.

4.2.1.2 Uji Validitas Variabel Inovasi Produk

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Inovasi Produk (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X_2)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kopi Koju selalu melakukan inovasi varian menu baru.	0,920	0,361	<i>Valid</i>
2	Penambahan varian menu Kopi Koju dapat membuat konsumen puas.	0,958	0,361	<i>Valid</i>
3	Terdapat kontrol yang baik dalam menghasilkan produk baru ke konsumen.	0,627	0,361	<i>Valid</i>
4	Kopi Koju memastikan dan selalu mengatur kekurangan dari produk baru.	0,803	0,361	<i>Valid</i>
5	Produk baru pada Kopi Koju selalu sesuai dengan standar kualitas yang ada.	0,925	0,361	<i>Valid</i>
6	Standar kualitas menentukan konsumen akan membeli produk atau tidak.	0,951	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Inovasi Produk menunjukkan semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah *valid*.

4.2.1.3 Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian validitas instrumen variabel Keberhasilan Usaha (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Ruang Kopi Koju dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan konsumen.	0,927	0,361	<i>Valid</i>
2	Owner Kopi Koju mampu beradaptasi terhadap berbagai kondisi.	0,922	0,361	<i>Valid</i>
3	Ruang Kopi Koju selalu aktif dalam melayani konsumen.	0,752	0,361	<i>Valid</i>
4	Staf Kopi Koju mayoritas memiliki kinerja kerja yang cepat.	0,838	0,361	<i>Valid</i>
5	Ruang Kopi Koju dapat bekerja dengan baik dan memberikan kepuasan kepada para konsumen.	0,889	0,361	<i>Valid</i>
6	Adanya kepuasan yang didapatkan konsumen membuat konsumen akan kembali untuk berkunjung.	0,906	0,361	<i>Valid</i>
7	Ruang Kopi Koju dapat menarik konsumen menggunakan usahanya sehingga meningkatkan laba yang didapatkannya.	0,848	0,361	<i>Valid</i>
8	Ruang Kopi Koju memiliki berbagai sumber daya manusia yang berkualitas dalam melayani para konsumen.	0,659	0,361	<i>Valid</i>

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.3 di atas menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0.361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah *valid*.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh, yaitu:

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

Hasil uji reliabilitas Variabel Kreativitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X_1)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
,967	12

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 12 butir *item* untuk variabel Kreativitas (X_1) tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Hasil uji reliabilitas Variabel Inovasi Produk dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X_2)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
,938	6

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat dinyatakan bahwa 6 butir item untuk variabel Inovasi Produk (X_2) tersebut berada di atas 0,8 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan baik.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
,942	8

Sumber Data : Hasil Olah Data, 2023

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

4.2.3 Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 99 konsumen yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan frekuensi berkunjung. Berikut ini karakteristik responden yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
< 20 thn	10	10,10
20 – 30 Tahun	46	46,46
31 – 40 Tahun	31	31,31
> 40 Tahun	13	13,14
Jumlah	99	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat dijelaskan bahwa responden yang berasal dari kelompok usia 20-30 tahun menempati posisi teratas sebanyak 46

responden dengan persentase 46,46%, kelompok usia 31-40 tahun menempati posisi kedua sebanyak 31 responden dengan persentase 31,31%, kelompok usia >40 tahun menempati posisi ketiga sebanyak 13 responden dengan persentase 13,14%. Berdasarkan hasil kuisioner dapat disimpulkan bahwa pelanggan Ruang Kopi Koju yang paling dominan adalah berusia 20-30 tahun yaitu 46 orang (46,46%).

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

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	57	57,58
Perempuan	42	42,42
Jumlah	99	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa responden Ruang Kopi Koju lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki dari pada perempuan. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 57 dengan persentase 57,58% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 42 orang dengan nilai persentase 42,42%. Berdasarkan hasil kuisioner dapat disimpulkan bahwa pelanggan Ruang Kopi Koju yang paling dominan adalah laki-laki yaitu 57 orang (57,58%).

Hasil analisis data berdasarkan frekuensi berkunjung dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
2-5 kali	37	37,38
>5 kali	62	62,62
Jumlah	99	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa responden Ruang Kopi Koju yang dengan frekuensi berkunjung lebih dari 5 kali menempati posisi pertama sebanyak 62 responden dengan tingkat persentase 62,62% dan frekuensi berkunjung 2-5 kali menempati posisi kedua sebanyak 37 responden dengan persentase 37,38%. Berdasarkan identitas responden dapat disimpulkan bahwa untuk saat ini responden Ruang Kopi Koju didominasi oleh pelanggan dengan frekuensi berkunjung lebih dari 5 kali.

4.2.4 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 :

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dasar pengambilan keputusan :

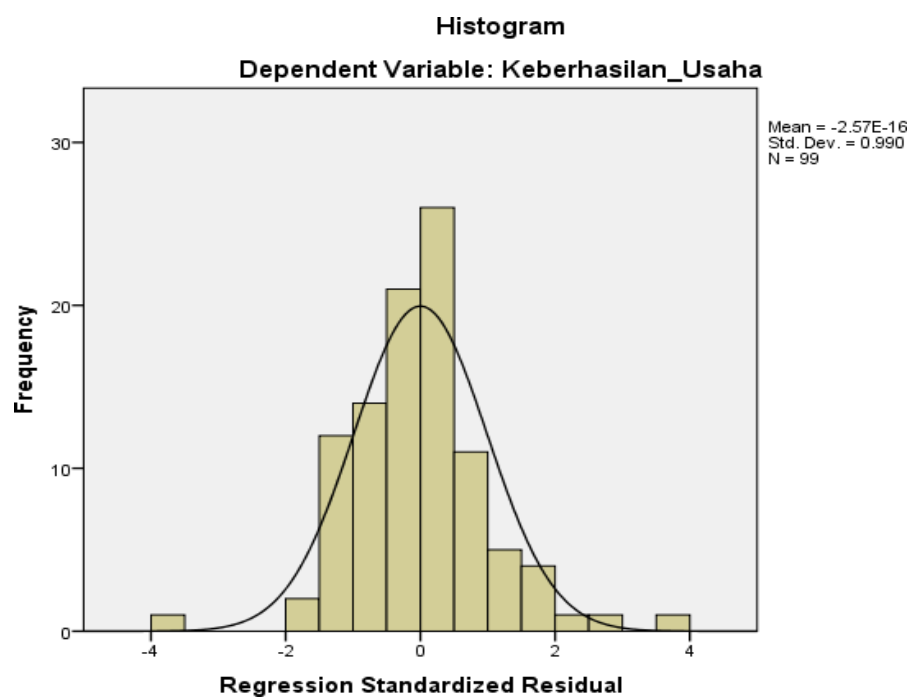
1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

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.

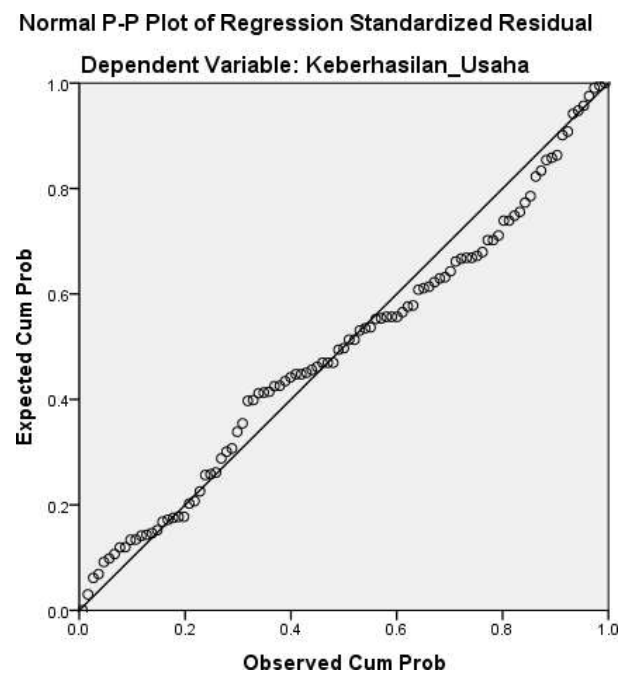
Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik *Normal P-P Plot* seperti pada Gambar 4.2 dan 4.3 di bawah ini :



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 Kolmogrov Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
One- Sample Kolmogorv-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.97953482
	Absolute	.087
Most Extreme Differences	Positive	.087
	Negative	-.083
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,447 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.2.4.2 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 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance*

lebih dari 0,1 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11
Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Status	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kreativitas	.243	4.107
	Inovasi Produk	.243	4.107

a. Dependent Variabel : Keberhasilan Usaha

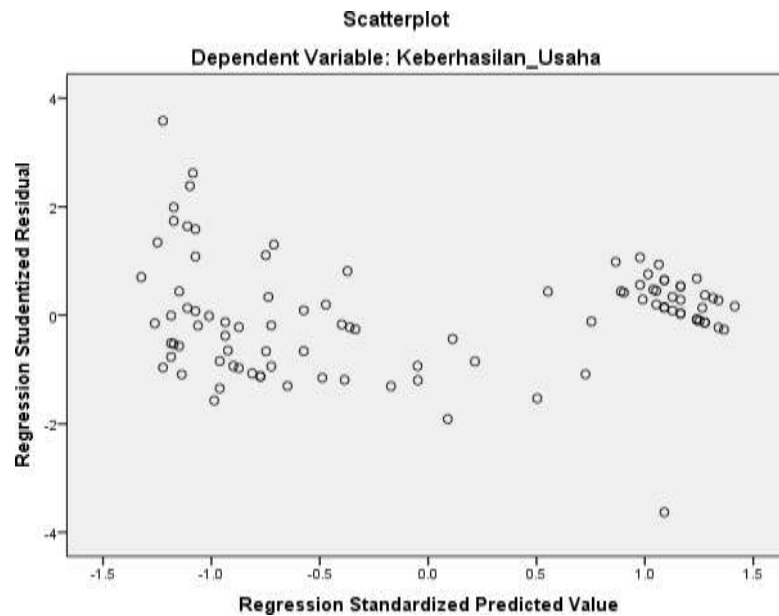
Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu Kreativitas dan Inovasi Produk memiliki VIF kurang dari 10 yaitu 4,107 sedangkan nilai *Tolerance* di atas 0,1 yaitu 0,243. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas

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

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4 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 di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

Tabel 4.12
Hasil Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.123	.937		6.535	.000
	Kreativitas	-.074	.047	-.306	-1.576	.118
	Inovasi Produk	-.022	.088	-.048	-.246	.806

a. Dependent Variabel : Absut

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (sig.) untuk variabel Kreativitas sebesar 0,118 dan variabel Inovasi Produk sebesar 0,806. Jadi,

dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas karena nilai signifikansinya di atas 5% (0,05).

4.2.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju, dengan rumus:

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

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha (Dependent Variable)

X_{1, 2} = Kreativitas, Inovasi Produk (Independent Variable)

a = Konstanta

b_{1, 2} = Koefisien untuk variabel Kreativitas, Inovasi Produk

e = Persentase kesalahan (5%)

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

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	7.070	1.448
Kreativitas	.220	.072
Inovasi Produk	.590	.136

Dependent Variabel : Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

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

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 7,070 + 0,220 \text{ Kreativitas} + 0,590 \text{ Inovasi Produk} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut :

- a Konstanta (α) = 7,070 artinya walaupun variabel bebas (X_1) yaitu Kreativitas dan variabel bebas X_2 yaitu Inovasi Produk bernilai 0 maka Keberhasilan Usaha (Y) pada Ruang Kopi Kaju adalah tetap sebesar 7,070 satuan.
- b Koefisien X_1 (b_1) = 0,220 dan bernilai positif. Variabel bebas (X_1) yaitu Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,220 satuan ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Kreativitas sebesar satu-satuan maka Keberhasilan Usaha Ruang Kopi Kaju akan meningkat sebesar 0,220 satuan.
- c Koefisien X_2 (b_2) = 0,590 dan bernilai positif. Variabel bebas (X_2) Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,590 satuan ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel Inovasi Produk sebesar satu-satuan maka Keberhasilan Usaha Ruang Kopi Kaju akan meningkat sebesar 0,590 satuan.

4.2.6 Pengujian Hipotesis

4.2.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh

yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

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:

$$df = n - k = 99 - 3 = 96$$

Keterangan:

df = Derajat Kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah variabel bebas dan terikat

Diperoleh besarnya df adalah 96, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,984. Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat melalui penyajian tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	4.883	.000
Kreativitas	3.056	.003
Inovasi Produk	4.334	.000

a. Dependent Variable : Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.14, maka terdapat hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini :

1. Besarnya t_{hitung} pada Kreativitas adalah 3.056 dengan tingkat signifikan 0,003. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3.056 > 1,984$ dan dengan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
2. Besarnya t_{hitung} pada Inovasi Produk adalah 4.334 dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $4.334 > 1,984$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

4.2.6.2 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:

- a. $H_0: b_1, b_2 = 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
- b. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$, Artinya Kreativitas dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

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.

Untuk mencari nilai F_{tabel} diperlukan tabel distribusi F dan menentukan *degree of freedom* (df) nya, yaitu : df numerator = $k-1 = 3-1 = 2$, df denominator = $n-k = 99 - 3 = 96$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09 (Gunawan 2020,189).

Tabel 4.15
Uji-F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3396.994	2	1698.497	105.062	.000 ^b
	Residual	1551.996	96	16.167		
	Total	4948.990	98			

a. Dependent Variable : Keberhasilan Usaha

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

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($105,062 > 3,09$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan menerima H_a . Dengan demikian, Kreativitas dan Inovasi Produk

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

4.2.6.3 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 4.16
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.680	4.02077

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

b. Dependent Variable : Keberhasilan Usaha

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel 4.16 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 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa 68,6% Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Inovasi Produk sedangkan sisanya yaitu 31,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan koefisien (b1) pada variabel Kreativitas senilai 0,220 dan bernilai positif. Serta hasil

pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kreativitas memiliki nilai $t_{hitung} (3.056) > t_{tabel} (1.947)$ dengan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Ekasari dan Nurhasanah, 2018) yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi yang menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha.

4.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan koefisien (b_2) pada variabel Inovasi Produk senilai 0,590 dan bernilai positif. Serta hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Inovasi Produk memiliki nilai $t_{hitung} (4.334) > t_{tabel} (1.947)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Antari et al. 2022) yang berjudul Dominasi Keterampilan Wirausaha dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Perak Celik yang membuktikan bahwa Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

4.3.3 Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Kreativitas dan Inovasi Produk memiliki nilai $F_{hitung} (105,062) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Kreativitas dan Inovasi Produk secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

Dari hasil penelitian ini peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,680. Hal ini menunjukkan bahwa 68% variabel Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Inovasi Produk sedangkan sisanya yaitu 31,40% 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 variabel Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kreativitas dan Inovasi Produk sebesar satu-satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat.
2. Kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
3. Inovasi Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
4. Kreativitas dan Inovasi Produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Kreativitas dan Inovasi Produk memiliki keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa:

1. Ruang Kopi Koju diharapkan dapat memperhatikan Kreativitas untuk dapat meningkatkan Keberhasilan Usaha, seperti :
 - a. Meningkatkan kreativitas dalam hal pelayanan seperti menggunakan sistem *self order* yang memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan atau minuman tanpa perlu dilayani oleh pelayan. Dengan sistem *self order*, semua pesanan akan masuk ke dalam antrian dan pelanggan hanya menunggu pesanan datang. Layanan *self order* dengan pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan reputasi usaha. Dengan begitu dapat meningkatkan daya kunjung konsumen ke Ruang Kopi Koju.
 - b. Menciptakan interaksi antara pemilik usaha dengan konsumen. Hal tersebut dapat menciptakan keakraban antara pemilik usaha dengan konsumen sehingga pemilik usaha akan mudah mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen lalu mengevaluasi ide tersebut dengan baik.
2. Ruang Kopi Koju harus mempertahankan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha, seperti :
 - a. Mempertahankan penambahan varian menu karena produk yang ditawarkan telah mengikuti tren usaha saat ini. Pelanggan akan lebih tertarik apabila terdapat menu baru di setiap jangka waktu tertentu sehingga Kopi Koju disarankan agar dapat terus menginovasikan produk dengan ciri khas tersendiri.
 - b. Mengembangkan kekurangan dari produk baru dengan cara memperbaiki visual/tampilan, warna ataupun rasa pada produk tersebut.

Dengan demikian pengembangan produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

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 Ruang Kopi Koju selain variabel Kreativitas dan Inovasi Produk 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 Ruang Kopi Koju. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa *café* di Kota Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 99 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., Januariy, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.

- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS PADA RUANG
KOPI KOJU CABANG CEMARA ASRI MEDAN)

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE Eka Prasetya yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir. Sebagai salah satu persyaratan penyelesaian studi S1 Manajemen, maka penulis mengharapkan bantuan Saudara/I sebagai responden untuk memberi pilihan jawaban melalui daftar pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

I. DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban yang paling tepat.

Usia : ☐ < 20 Tahun ☐ 21-30 Tahun
☐ 31-40 Tahun ☐ > 40 Tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Frekuensi berkunjung di Kopi Koju pada tahun :

- 2017

☐	1 kali	☐	2- 5 kali	☐	>5 kali
--------------------------	--------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------
- 2018

☐	1 kali	☐	2- 5 kali	☐	>5 kali
--------------------------	--------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------
- 2019

☐	1 kali	☐	2- 5 kali	☐	>5 kali
--------------------------	--------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------
- 2020

☐	1 kali	☐	2- 5 kali	☐	>5 kali
--------------------------	--------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------
- 2021

☐	1 kali	☐	2- 5 kali	☐	>5 kali
--------------------------	--------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------
- 2022

☐	1 kali	☐	2- 5 kali	☐	>5 kali
--------------------------	--------	--------------------------	-----------	--------------------------	---------

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah jawaban pernyataan dengan check list (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Anda. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

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

KUESIONER

Kreativitas (X1)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Ingin Tahu						
1	Owner Kopi Koju memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dalam mengembangkan ide-ide.					
2	Owner Kopi Koju memiliki suatu sifat ingin tahu keinginan konsumen.					
Optimis						
3	Kopi Koju optimis dalam meningkatkan penjualan dengan memastikan keramahan staf nya yang sopan dan sabar.					
4	Kopi Koju optimis menawarkan produk yang berbeda dan terbaru sehingga membuat konsumen tertarik untuk mencoba.					
Fleksibel						
5	Owner Kopi Koju ikut serta melayani konsumen pada saat berada di tempat.					
6	Kopi Koju dapat memberikan gagasan dengan cepat ketika konsumen membutuhkannya.					
Mencari solusi dari masalah						
7	Owner Kopi Koju selalu ikut serta dalam menanggapi keluhan konsumen.					
8	Kopi Koju melakukan pencarian informasi untuk mendapatkan solusi.					
Orisinil						
9	Konsep yang diciptakan oleh Kopi Koju adalah orisinil tanpa meniru lainnya.					
10	Terdapat menu “Kopi Juara” yang hanya ada di Kopi Koju.					
Suka berimajinasi						
11	Kopi Koju suka berimajinasi untuk menciptakan ide-ide baru.					
12	Owner Kopi Koju selalu berekspektasi pelanggan mereka sudah sejalan dengan apa pun yang mereka tawarkan.					

Inovasi Produk (X2)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Penambahan Varian						
1	Kopi Koju selalu melakukan inovasi varian menu baru.					
2	Penambahan varian menu Kopi Koju dapat membuat konsumen puas.					
Kontrol Kualitas						
3	Terdapat kontrol yang baik dalam menghasilkan produk baru ke konsumen.					
4	Kopi Koju memastikan dan selalu mengatur kekurangan dari produk baru.					
Standar Kualitas						
5	Produk baru pada Kopi Koju selalu sesuai dengan standar kualitas yang ada.					
6	Standar kualitas menentukan konsumen akan membeli produk atau tidak.					

Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Kemampuan menyesuaikan diri						
1	Kopi Koju dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan konsumen.					
2	Owner Kopi Koju mampu beradaptasi terhadap berbagai resiko dalam segala sesuatu yang terjadi.					
Produktivitas						
3	Kopi Koju selalu aktif dalam melayani konsumen.					
4	Staf Kopi Koju mayoritas memiliki kinerja kerja yang cepat.					
Kepuasan Kerja						
5	Kopi Koju dapat bekerja dengan baik dan memberikan kepuasan kepada para konsumen.					
6	Adanya kepuasan yang didapatkan konsumen membuat konsumen akan kembali untuk berkunjung.					
Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya						
7	Kopi Koju dapat menarik konsumen menggunakan usahanya sehingga meningkatkan laba yang didupatkannya.					
8	Kopi Koju selalu mampu mendapat konsumen baru.					

TERIMA KASIH

Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Kreativitas												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	26
2	1	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	26
3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	53
4	1	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	25
5	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	1	2	25
6	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	53
7	4	5	3	5	4	5	3	5	5	3	4	5	51
8	1	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	29
9	3	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	28
10	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	3	5	53
11	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	27
12	2	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	27
13	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	27
14	3	3	2	2	3	2	1	2	3	2	3	2	28
15	1	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	28
16	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	53
17	5	4	5	3	3	5	4	3	4	5	5	4	50
18	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	27
19	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	20
20	1	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	28
21	4	5	3	5	5	5	4	5	5	3	4	5	53
22	4	5	5	3	3	5	4	3	5	5	5	4	51
23	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	53
24	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	29
25	1	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	3	25
26	1	2	3	2	3	2	1	2	2	3	1	2	24
27	4	5	3	5	3	5	4	5	5	3	5	4	51
28	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	53
29	4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	53
30	1	2	3	2	3	2	1	2	2	3	1	2	24

No	Inovasi Produk						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	1	2	2	3	3	3	14
2	1	2	3	2	2	2	12
3	4	5	3	5	4	5	26
4	2	2	2	3	2	3	14
5	1	2	3	2	2	2	12
6	5	4	5	3	5	5	27
7	4	5	5	3	5	5	27
8	1	2	3	2	2	3	13
9	3	2	2	3	2	2	14
10	4	5	3	5	4	5	26
11	1	2	3	3	2	3	14
12	2	2	3	2	1	2	12
13	1	2	3	2	2	3	13
14	2	2	3	2	1	2	12
15	1	2	3	2	2	3	13
16	4	5	4	4	5	5	27
17	5	4	5	3	5	4	26
18	1	2	3	3	2	3	14
19	2	2	3	2	1	2	12
20	1	2	3	2	2	3	13
21	4	5	3	5	4	5	26
22	3	5	4	5	3	4	24
23	4	5	3	5	4	5	26
24	1	2	3	2	2	2	12
25	2	2	3	3	2	3	15
26	2	1	3	2	2	2	12
27	4	5	3	5	4	4	25
28	5	4	5	3	5	5	27
29	4	5	3	5	4	5	26
30	2	1	2	2	3	2	12

No	Keberhasilan Usaha								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	1	2	2	2	3	2	2	3	17
2	2	2	2	3	3	2	2	3	19
3	4	5	5	4	5	5	3	5	36
4	3	3	2	2	2	2	2	3	19
5	2	1	2	3	2	2	3	2	17
6	4	5	4	5	3	5	4	5	35
7	4	5	5	4	5	5	4	5	37
8	1	2	3	2	2	3	3	1	17
9	2	2	3	3	2	2	3	3	20
10	4	5	3	5	5	4	5	3	34
11	2	2	2	3	3	2	2	3	19
12	1	2	3	2	2	3	3	3	19
13	2	3	2	1	2	2	2	3	17
14	1	2	3	3	3	2	2	3	19
15	2	3	2	1	1	2	2	3	16
16	4	5	3	5	4	4	4	5	34
17	4	5	5	3	5	4	5	3	34
18	1	2	3	2	2	3	3	2	18
19	1	2	2	2	3	2	1	2	15
20	1	2	3	2	2	3	3	2	18
21	4	5	5	3	5	4	5	3	34
22	4	5	3	5	5	4	5	3	34
23	4	5	3	5	4	4	5	3	33
24	1	2	3	2	2	3	3	2	18
25	2	2	3	2	1	2	2	3	17
26	1	2	3	2	2	3	3	2	18
27	5	3	5	4	5	4	5	3	34
28	4	5	3	5	4	4	5	3	33
29	4	4	5	3	5	4	5	3	33
30	1	2	3	2	2	3	3	2	18

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Kreativitas (X₁)

Correlations														
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
P1	Pearson Correlation	1	.919**	.444*	.845**	.745**	.827**	.726**	.845**	.919**	.444*	.866**	.765**	.925**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.014	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.919**	1	.438*	.907**	.804**	.870**	.861**	.907**	1.000**	.438*	.826**	.909**	.982**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.016	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.444*	.438*	1	.213	.180	.546**	.482**	.213	.438*	1.000**	.362*	.448*	.502**
	Sig. (2-tailed)	.014	.016		.259	.341	.002	.007	.259	.016	.000	.049	.013	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.845**	.907**	.213	1	.865**	.764**	.767**	1.000**	.907**	.213	.754**	.853**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.259		.000	.000	.000	.000	.000	.259	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.745**	.804**	.180	.865**	1	.606**	.713**	.865**	.804**	.180	.536**	.758**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.341	.000		.000	.000	.000	.000	.341	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.827**	.870**	.546**	.764**	.606**	1	.745**	.764**	.870**	.546**	.848**	.826**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.726**	.861**	.482**	.767**	.713**	.745**	1	.767**	.861**	.482**	.677**	.931**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000	.000		.000	.000	.007	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.845**	.907**	.213	1.000**	.865**	.764**	.767**	1	.907**	.213	.754**	.853**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.259	.000	.000	.000	.000		.000	.259	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.919**	1.000**	.438*	.907**	.804**	.870**	.861**	.907**	1	.438*	.826**	.909**	.982**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.016	.000	.000	.000	.000	.000		.016	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.444*	.438*	1.000**	.213	.180	.546**	.482**	.213	.438*	1	.362*	.448*	.502**
	Sig. (2-tailed)	.014	.016	.000	.259	.341	.002	.007	.259	.016		.049	.013	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	.866**	.826**	.362*	.754**	.536**	.848**	.677**	.754**	.826**	.362*	1	.699**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.049	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.049		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	.765**	.909**	.448*	.853**	.758**	.826**	.931**	.853**	.909**	.448*	.699**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Total Pearson Correlation	.925**	.982**	.502**	.921**	.816**	.900**	.890**	.921**	.982**	.502**	.845**	.932**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	
N	30	30	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
.967	12

Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Inovasi Produk (X₂)

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.827**	.605**	.666**	.855**	.800**	.920**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.827**	1	.519**	.867**	.816**	.913**	.958**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.605**	.519**	1	.117	.634**	.554**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.539	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.666**	.867**	.117	1	.623**	.782**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.539		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.855**	.816**	.634**	.623**	1	.880**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.800**	.913**	.554**	.782**	.880**	1	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.920**	.958**	.627**	.803**	.925**	.951**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Inovasi Produk (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	6

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

Correlations									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1 Pearson Correlation	1	.869**	.623**	.772**	.806**	.739**	.771**	.634**	.927**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.869**	1	.582**	.735**	.777**	.826**	.739**	.661**	.922**
Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.623**	.582**	1	.390*	.683**	.796**	.676**	.413*	.752**
Sig. (2-tailed)	.000	.001		.033	.000	.000	.000	.023	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.772**	.735**	.390*	1	.726**	.710**	.709**	.568**	.838**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.033		.000	.000	.000	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.806**	.777**	.683**	.726**	1	.743**	.736**	.478**	.889**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.008	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.739**	.826**	.796**	.710**	.743**	1	.798**	.554**	.906**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.771**	.739**	.676**	.709**	.736**	.798**	1	.240	.848**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.201	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.634**	.661**	.413*	.568**	.478**	.554**	.240	1	.659**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.023	.001	.008	.001	.201		.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Tot Pearson Correlation	.927**	.922**	.752**	.838**	.889**	.906**	.848**	.659**	1
al 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
.942	8

Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

No	Kreativitas												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	1	2	3	5	1	2	3	2	3	3	2	3	30
2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	27
3	5	2	3	2	5	2	3	2	3	3	2	3	35
4	2	3	2	1	2	3	2	5	2	3	5	2	32
5	4	5	3	4	4	5	3	5	3	4	5	3	48
6	1	1	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	47
7	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
8	1	5	5	3	1	5	5	5	5	3	5	5	48
9	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
10	2	5	2	3	2	5	2	3	2	5	3	2	36
11	1	2	3	2	1	2	3	2	3	5	2	3	29
12	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	24
13	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	50
14	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	5	51
15	4	5	3	5	4	5	3	5	4	4	5	4	51
16	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	54
17	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
18	4	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	50
19	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	27
20	1	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	3	26
21	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	54
22	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	50
23	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	27
24	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
25	2	2	3	3	2	2	3	1	2	2	1	2	25
26	1	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	3	26
27	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	54
28	2	2	1	5	2	2	1	2	3	2	2	3	27
29	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	5	2	51
30	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	50
31	4	5	5	4	4	1	5	5	3	5	5	3	49
32	2	2	3	4	2	2	3	1	2	2	1	2	26
33	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
34	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	24
35	4	5	3	4	4	5	3	5	4	3	5	4	49
36	2	2	3	4	2	2	3	2	2	4	2	2	30
37	1	2	4	2	1	2	4	2	4	3	2	4	31
38	2	3	2	4	2	3	2	2	2	3	2	2	29
39	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	54
40	3	3	5	4	3	3	5	4	5	3	4	5	47
41	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	55
42	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	54
43	1	2	3	2	1	2	3	1	2	3	1	2	23

44	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	28
45	1	5	3	2	1	5	3	2	3	5	2	3	35
46	5	3	5	4	5	3	5	3	5	3	3	5	49
47	5	2	3	2	5	2	3	2	3	2	2	3	34
48	5	4	5	3	5	4	5	5	4	3	5	4	52
49	5	4	5	5	1	4	1	5	4	1	5	1	41
50	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	50
51	1	2	5	3	1	2	5	2	2	5	2	2	32
52	2	2	1	5	2	2	1	5	2	3	5	2	32
53	5	2	2	3	5	2	2	2	2	5	2	2	34
54	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	50
55	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	25
56	1	2	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	23
57	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	55
58	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	55
59	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	52
60	4	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	54
61	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	52
62	2	2	5	2	2	2	5	1	2	2	1	2	28
63	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
64	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	4	5	54
65	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	52
66	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	56
67	1	2	3	2	1	2	3	5	2	5	5	2	33
68	1	5	2	3	1	5	2	3	2	2	3	2	31
69	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
70	2	2	5	2	2	2	5	1	2	2	1	2	28
71	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	56
72	4	5	3	5	4	5	3	4	5	5	4	5	52
73	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	4	5	52
74	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	30
75	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	50
76	1	2	3	2	1	2	3	1	2	2	1	2	22
77	1	2	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	23
78	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	24
79	4	5	3	1	4	5	3	5	4	1	5	4	44
80	4	5	3	5	1	5	3	5	4	1	5	4	45
81	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	25
82	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	24
83	1	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	2	25
84	1	2	2	3	1	2	2	3	5	5	3	5	34
85	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	52
86	1	2	3	5	1	2	3	5	3	3	5	3	36
87	3	2	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	38
88	4	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	52
89	3	2	4	3	3	2	4	3	2	2	3	2	33
90	1	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	27
91	2	2	2	3	2	2	2	5	2	2	5	2	31

92	4	1	3	5	4	2	3	5	4	1	5	4	41
93	5	2	3	5	5	2	3	4	3	2	4	3	41
94	3	2	2	2	3	2	2	5	3	5	5	3	37
95	2	2	4	2	2	2	4	5	2	1	5	2	33
96	5	2	2	3	5	2	2	3	2	4	3	2	35
97	2	5	4	4	2	5	4	2	2	3	2	2	37
98	5	3	5	4	5	3	5	3	3	4	5	3	48
99	3	5	4	4	5	3	5	4	5	3	5	4	50

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

46	4	5	3	5	5	4	26
47	2	2	2	3	3	2	14
48	4	5	3	5	5	4	26
49	4	5	5	3	5	4	26
50	4	5	3	5	5	4	26
51	1	5	5	5	5	3	24
52	2	2	3	2	1	2	12
53	5	5	5	3	2	2	22
54	4	5	3	5	4	5	26
55	1	2	3	2	2	2	12
56	1	2	3	2	2	2	12
57	4	5	3	5	5	4	26
58	4	5	3	5	4	5	26
59	4	5	3	5	5	4	26
60	4	5	3	5	4	5	26
61	4	5	3	5	5	4	26
62	2	3	2	2	3	2	14
63	1	2	5	2	2	3	15
64	5	5	3	5	4	5	27
65	4	5	5	5	5	4	28
66	5	5	3	5	4	5	27
67	1	2	5	3	2	2	15
68	3	3	2	2	3	2	15
69	2	1	2	3	2	2	12
70	2	3	2	2	3	2	14
71	4	5	3	5	5	4	26
72	5	5	1	5	5	4	25
73	4	5	3	5	4	5	26
74	1	2	3	2	2	3	13
75	4	5	1	5	4	5	24
76	1	2	3	2	2	3	13
77	1	2	3	3	2	2	13
78	1	2	3	2	2	3	13
79	4	5	3	5	5	4	26
80	4	5	3	5	4	5	26
81	1	2	3	2	2	3	13
82	1	2	3	2	2	3	13
83	2	2	2	2	3	2	13
84	1	2	3	2	2	3	13
85	5	5	3	5	4	5	27
86	1	2	3	4	4	3	17
87	3	4	2	2	3	2	16
88	4	5	3	5	5	4	26
89	2	2	2	3	3	2	14
90	1	2	3	2	2	3	13
91	3	2	2	3	3	2	15
92	4	4	3	4	5	4	24
93	1	2	3	2	5	5	18

94	2	5	5	3	5	5	25
95	5	4	3	2	2	5	21
96	2	3	2	4	2	2	15
97	1	4	3	3	3	2	16
98	1	2	2	3	2	1	11
99	4	5	3	5	5	4	26

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

46	5	4	5	3	5	4	5	3	34
47	5	5	3	2	2	5	3	3	28
48	4	5	3	5	5	4	5	3	34
49	3	3	3	5	4	5	5	3	31
50	4	5	3	5	5	4	5	3	34
51	5	2	3	5	2	3	3	2	25
52	2	1	2	2	1	2	2	3	15
53	1	2	5	2	2	3	3	2	20
54	4	5	3	5	5	4	5	3	34
55	5	2	5	2	2	5	2	2	25
56	5	2	3	2	2	3	3	2	22
57	4	5	3	5	5	4	5	3	34
58	4	5	5	5	4	5	5	3	36
59	5	4	5	3	5	5	4	5	36
60	4	5	3	5	4	5	5	3	34
61	4	5	3	5	5	4	5	3	34
62	2	2	5	3	3	2	2	2	21
63	1	2	3	2	2	2	3	3	18
64	5	4	5	3	5	5	4	5	36
65	4	5	3	5	4	5	5	3	34
66	4	5	5	5	5	4	5	3	36
67	1	2	3	2	2	3	3	2	18
68	2	2	1	5	2	2	3	2	19
69	5	2	3	5	2	3	3	5	28
70	2	2	2	2	3	2	2	5	20
71	4	5	5	5	5	4	5	3	36
72	5	5	3	5	4	5	5	5	37
73	4	5	3	5	5	4	5	5	36
74	1	2	1	2	2	3	3	2	16
75	4	5	3	5	5	4	5	3	34
76	2	3	2	2	3	2	2	3	19
77	4	5	3	5	4	5	3	5	34
78	2	3	2	1	2	2	3	2	17
79	5	5	3	5	5	4	5	4	36
80	4	5	3	5	5	4	5	3	34
81	1	2	1	5	2	3	2	2	18
82	1	5	3	2	2	3	2	2	20
83	3	2	2	5	3	2	2	3	22
84	1	2	3	2	2	3	3	2	18
85	4	5	4	5	4	5	5	3	35
86	1	2	3	5	5	3	3	2	24
87	3	2	2	3	3	5	2	4	24
88	4	5	4	5	5	4	5	3	35
89	3	2	5	3	4	2	5	3	27
90	5	4	4	2	2	3	3	2	25
91	2	3	4	2	3	2	2	4	22
92	4	5	3	4	5	4	4	3	32
93	4	4	3	2	2	3	3	2	23

94	2	4	5	2	4	2	2	3	24
95	5	2	3	2	2	3	3	2	22
96	5	5	2	2	3	2	2	3	24
97	4	2	3	2	2	3	3	5	24
98	5	2	3	2	1	2	3	2	20
99	1	2	3	3	2	2	3	3	19

Lampiran 10 : Hasil Output Penelitian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.680	4.02077

a. Predictors: (Constant), Inovasi_Produk, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3396.994	2	1698.497	105.062	.000 ^b
	Residual	1551.996	96	16.167		
	Total	4948.990	98			

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi_Produk, Kreativitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.070	1.448		4.883	.000		
	Kreativitas	.220	.072	.354	3.056	.003	.243	4.107
	Inovasi_Produk	.590	.136	.502	4.334	.000	.243	4.107

a. Dependent Variable: Keberhasilan_Usaha

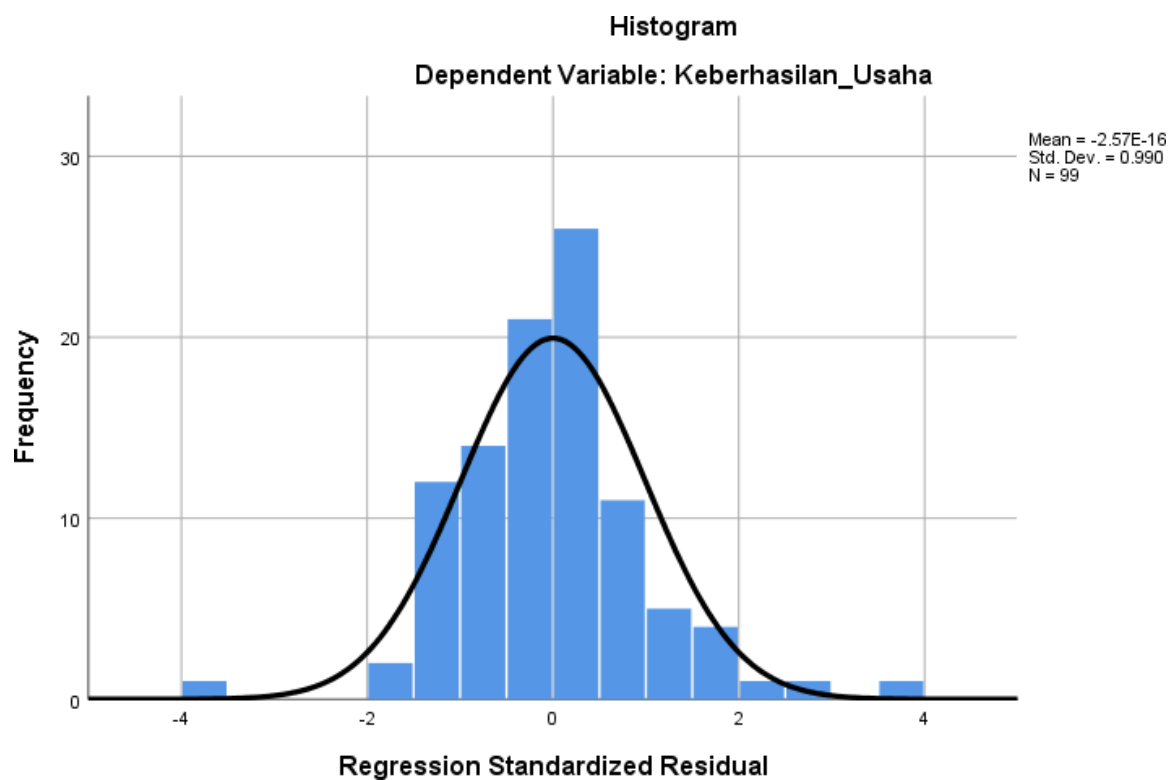
Coefficients^a

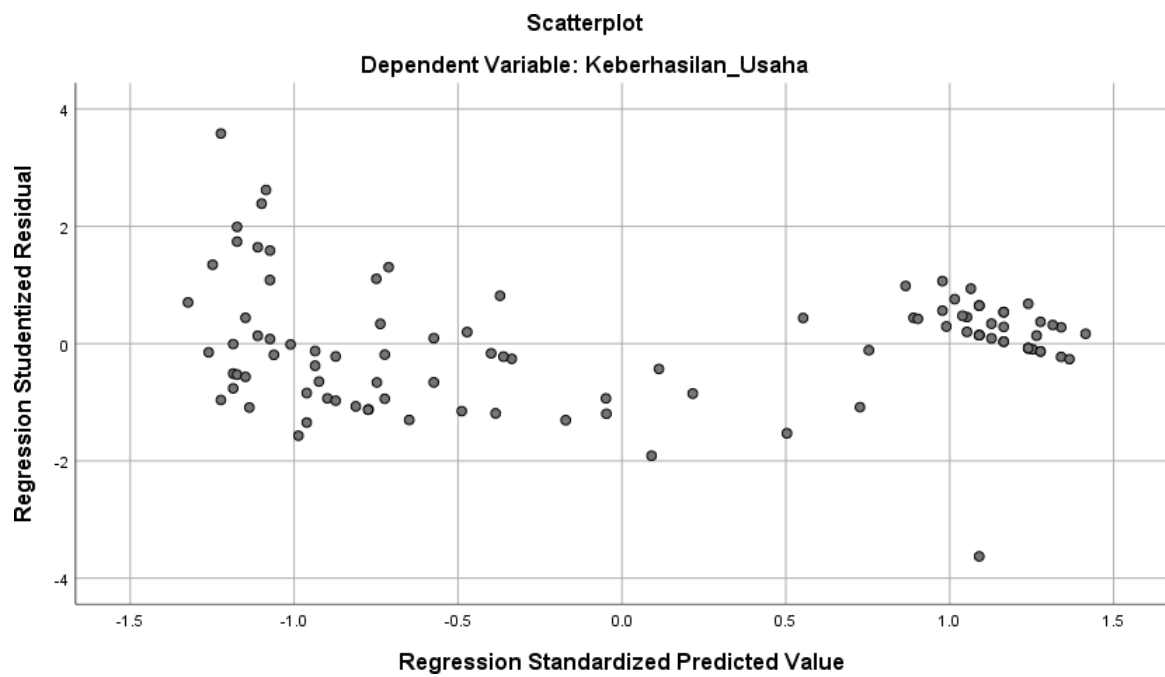
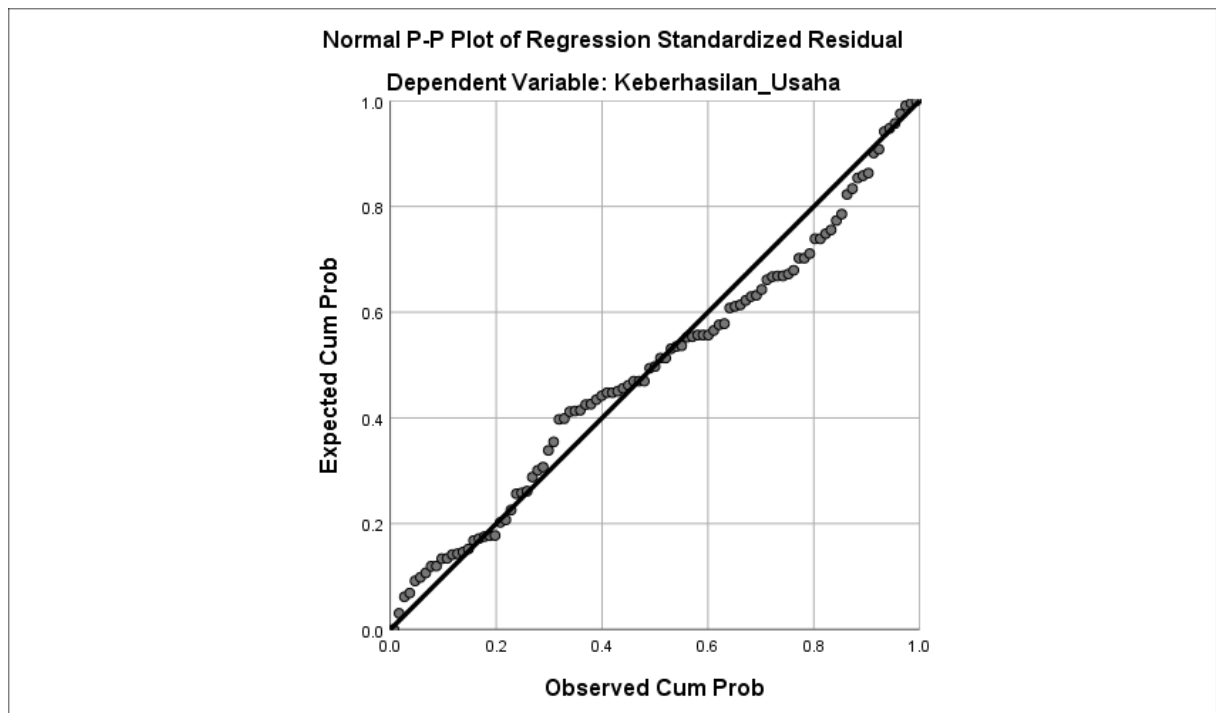
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.123	.937		6.535	.000		
	Kreativitas	-.074	.047	-.306	-1.576	.118	.243	4.107
	Inovasi_Produk	-.022	.088	-.048	-.246	.806	.243	4.107

a. Dependent Variable: absut

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.97953482
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.083
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^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, 09 Februari 2023

Nomor : 5724/R/STIE-EP/II/2023

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Ruang Kopi Koju

Di-
-- Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Novita
NIM	: 191010039
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan)

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

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

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

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

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



RUANG KOPI KOJU

Jl. Cemara Asri Boulevard Raya, Ruko Golden Gate No.18 G-H, Medan Estate.

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 Ruang Kopi Koju kepada mahasiswi yang bertanda dibawah ini.

Nama : Novita
NIM : 191010039
Program Studi : Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap
Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan)

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswi tersebut dapat kami terima untuk melaksanakan observasi di Ruang Kopi Koju.

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

Hormat kami,

Lidya Theodora
Owner





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Novita
NIM : 191010039
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Jumat / 28 Jan 22	Julia JUDUL PROPOSAL : Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial, harga, & aneka rasa terhadap Volume penjualan di Bakpao 9999	181010203	
2.	Jumat / 28 Jan 22	David JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada toko emas New sinar baru jaya.	181010215	
3.	Selasa / 15 Feb 22	Yeni Lestari Gea JUDUL PROPOSAL : Analisis Pengaruh harga sewa tempat & lokasi terhadap Keputusan bergaulan Para UMK di pasar malam MHTE (studi Kasus Pada UMK di Pajak Kedon MHTE Medan)	181010068	
4.	Selasa / 15 Feb 22	Andrew Salim JUDUL PROPOSAL : Pengaruh harga & Saluran distribusi terhadap Keputusan pembelian pada PT. Sinar Sejahtera Perdana Mandiri (distributor Semen Merah Putih)	181010172	
5.	Rabu / 16 Feb 22	Riky Darlanto JUDUL PROPOSAL : Pengaruh layanan pemilik usaha & lokasi UMK terhadap pembelian Konsumen pada rumah makan di Kota Medan (studi Kasus pada rumah makan Garuda Jaya)	181010202	
6.	Rabu / 16 Feb 22	Arvin Jubia JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Motivasi berwirausaha & pengetahuan kewirausahaan terhadap Keinginan uang bisnis forklift di muhi Cuna forklift	1810114	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

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

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

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



Nama Mahasiswa : Novita

NIM : 191010039

Kelas : Kewirausahaan A

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

HP/WA : 0811 6060 077 Email: novitaliang@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Surya Komplek The Denver

Nama Dosen Pembimbing 1:

Elisabeth Naringgolan, S.Pd., M.Sc

Nama Dosen Pembimbing 2:

Muhammad Rinaldi S.Pd., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	23/9/2022	Sosialisasi penjelasan mengenai judul skripsi	
2	28/9/2022	Pengajuan & Acc judul skripsi	
3	18/10/2022	Bimbingan & pengajuan judul skripsi (revisi 1)	
4	23/10/2022	Revisi Indikator	
5	16/11/2022	Bimbingan mengenai perubahan sumber teori	
6	5/11/2022	Pengantian variabel (revisi 2)	
7	7/12/2022	acc judul skripsi & lanjut bab selanjutnya	
8	26/01/2023	Bimbingan bab 2 & bab 3	
9	08/02/2023	Acc Sempurna	
10	18/04/2023	Bimbingan bab 4 & 5	
11	18/04/2023	Running data spss	
12	26/04/2023	Acc bab 4 & 5	
13	28/04/2023	Acc sidang	
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



Nama Mahasiswa : Novita

NIM : 191010039

Kelas : Kewirausahaan A

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

HP/WA : 0811 6060 679 Email: novitaliangg@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl Karya Ujung Komplek Pondok Indah

Nama Dosen Pembimbing 1:
Elisabeth Nanggolan, S.P.d, M.Sc

Nama Dosen Pembimbing 2:
Muhammad Rinaldi S.Pd., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	12/11/2022	Terk menemukan jurnal terakreditasi	
2	10/12/2022	Bimbingan via Google meet	
3	10/1/2023	Bimbingan bab 1	
4	13/1/2023	Revisi bab 1	
5	25/1/2023	Bimbingan via Google meet	
6	6/2/2023	Bimbingan bab 2 - 3	
7	7/2/2023	Acc Sempurna	
8	26/2/2023	Bimbingan bab 4	
9	02/5/2023	Revisi Bab 4	
10	05/5/2023	Acc sidang	
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	10/3/2023	Diskusi revisi seminar proposal (bukti jumlah pengujian per hari utk menentukan paparan)	
2			
3	17/3/2023	Diskusi revisi kuesioner	
4	20/3/2023	Acc revisi	

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. Nama | : Novita |
| 2. Tempat/ Tanggal Lahir | : Medan, 08 September 1999 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Alamat | : Jl. Surya Komplek The Denver |
| 5. Alamat Email | : novitaliangg@gmail.com |
| 6. Agama | : Buddha |
| 7. Status | : Belum Kawin |
| 8. Handphone | : 0811 6060 077 |

RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. Tahun 2005 s/d Tahun 2011 | : SD Yayasan Perguruan Sutomo 2 Medan |
| 2. Tahun 2011 s/d Tahun 2014 | : SMP Yayasan Perguruan Sutomo 2 Medan |
| 3. Tahun 2014 s/d Tahun 2017 | : SMA Yayasan Perguruan Sutomo 2 Medan |
| 4. Tahun 2019 sd Sekarang | : STIE Eka Prasetya Medan |

RIWAYAT PEKERJAAN

Juni 2018 s/d Sekarang	: PT. Indako Trading Coy
------------------------	--------------------------

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Liang Wen Liang
Pekerjaan	: Wiraswasta
Handphone (HP)	: 0852 76739198
Alamat	: Jl. Surya Komplek The Denver
Nama Ibu	: Faridah
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	: 0812 41835959
Alamat	: Jl. Surya Komplek The Denver

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat sebenar-benarnya.

Medan, 16 Mei 2023
Penulis,


Novita