

**PENGARUH KREATIVITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA
TOKO JULIA JAYA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis Oleh:
DARWIN TAIB
191010037**

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

Judul : PENGARUH KREATIVITAS DAN LOKASI TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO JULIA JAYA

Nama : Darwin Taib

NIM : 191010037

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh

Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si
NIDN: 0104127904

Pembimbing II,



Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si
NIDN : 0115019003

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

Judul : PENGARUH KREATIVITAS DAN LOKASI
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA
TOKO JULIA JAYA
Nama : Darwin Taib
NIM : 191010037
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 08 Juni 2023
Dewan Penguji,

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

()

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

()

STIE Eka Prasetya,
Ketua


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

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S – I)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

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

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

Nama	Darwin Taib
NIM	191010037
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kreativitas dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Julia Jaya
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing – I	Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
Pembimbing – II	Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

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

Medan, 11 Mei 2023



Darwin Taib
191010037

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN LOKASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO JULIA JAYA”** sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Banyaknya bimbingan dan ilmu yang sangat berharga yang penulis terima dari awal perkuliahan hingga saat ini di STIE Eka Prasetya, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak – banyaknya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, S.T., S.Pd, M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., 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.

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

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis sangat berharap adanya kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi yang telah penulis kerjakan dapat memberi manfaat kepada pembaca. Terima kasih.

Medan, 11 Mei 2023

Penulis



Darwin Taib

191010037

ABSTRAK

Darwin Taib, 191010037, 2023, Pengaruh Kreativitas dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Julia Jaya, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Pembimbing II: Irvan Rolyesh Situmorang S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Lokasi baik secara parsial maupun simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Julia Jaya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif serta sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan pada Toko Julia Jaya pada tahun 2021. Jumlah sampel adalah 109 pelanggan dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* menggunakan jenis *sampling insidental*. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda yang menghasilkan persamaan **Keberhasilan Usaha = 8,308 + 0,365 Kreativitas + 0,022 Lokasi + e**.

Hasil penelitian menunjukkan Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $9,995 > 1,9826$ serta dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya, dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$, yaitu $0,585 < 1,9826$ serta dengan tingkat signifikan $0,560 > 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Kreativitas dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya, dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $49,972 > 3,08$ serta dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Besarnya *R Square* adalah 0,485 atau 48,5% yang artinya Kreativitas dan Lokasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti inovasi, gaya kepemimpinan, perilaku kewirausahaan, keunggulan bersaing, motivasi usaha, dan minat usaha.

Kata Kunci: Kreativitas, Lokasi, Keberhasilan Usaha.

ABSTRACT

Darwin Taib, 191010037, 2023, *The Effect of Creativity and Location on Successful Business for Julia Jaya Store*, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Advisor II: Irvan Rolyesh Situmorang, SE, M.Si.

This study aims to determine the effect of Creativity and Location either partially or simultaneously on Successful Business for Julia Jaya Store.

*This research uses descriptive and quantitative methods and data sources in the form of primary and secondary data. The population in the research were all customer on Julia Jaya Store in 2021. A total sample was 109 customers with a tolerable error rate of 5%. The sampling technique with nonprobability sampling uses the type of sampling insidental. Data were analyzed using the multiple linear regression analysis method which resulted in the Equation of **Successful Business = 8.308 + 0.365 Creativity + 0.022 Location + e**.*

The results showed that the Creativity partially had a positive and significant effect on the successful business for Julia Jaya Store, with a $t_{count} > t_{table}$, which was $9.995 > 1.9826$ and with a significant level of $0.000 < 0.05$. Location partially have no significant effect on the successful Business for Julia Jaya Store, with $t_{count} < t_{table}$, namely $0.585 < 1.9826$ and with a significant level of $0.560 > 0.05$. Based on the results of simultaneous hypothesis testing, it is known that the results of the -F test show that the Creativity and Location variables simultaneously affect the Successful Business, with $F_{count} > F_{table}$, namely $153.349 > 2.65$ and with a significant value of $0.000 < 0.05$.

The amount of R Square is 0.485 or 48.5%, which means that the Creativity and Location affect the successful Business by 48.5% and the remaining 51.5% is influenced by other factors not examined in this study, such as leadership style, entrepreneurship behavior, competitive advantage, business motivation, and business interest.

Keywords: Creativity, Location, Successful Business.

MOTTO

“Pendidikan memiliki akar yang pahit, tapi buahnya manis.”

(Aristoteles)

“Orang yang tidak mau belajar akan menjadi tua seperti sapi; dagingnya bertambah tetapi kebijaksanaannya tidak berkembang.”

(Dhammapada 152)

“Orang tua adalah alasanku berjuang selama ini.”

(Darwin Taib)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

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

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

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

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAKvii

ABSTRACT viii

MOTTOix

HALAMAN PERSEMBAHAN.....x

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL.....xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 7

1.3 Batasan Masalah...8

1.4 Rumusan Masalah..... 8

1.5 Tujuan Penelitian...9

1.6 Manfaat Penelitian...9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1	Landasan Teori	11
2.1.1	Teori Keberhasilan Usaha	11
2.1.1.1	Pengertian Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.1.2	Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha	12
2.1.1.3	Alasan Kegagalan Suatu Usaha Kecil	14
2.1.1.4	Karakteristik Keberhasilan Usaha	14
2.1.1.5	Indikator Keberhasilan Usaha	15
2.1.2	Teori Kreativitas	15
2.1.2.1	Pengertian Kreativitas	15
2.1.2.2	Faktor Pendukung dan Penghambat Kreativitas	16
2.1.2.3	Konsep Kreativitas	17
2.1.2.4	Sumber Kreativitas.....	18
2.1.2.5	Indikator Kreativitas	19
2.1.3	Teori Lokasi.....	21
2.1.3.1	Pengertian Lokasi.....	21
2.1.3.2	Karakteristik Lokasi Strategis	22
2.1.3.3	Pertimbangan Penentuan Lokasi Usaha	22
2.1.3.4	Strategi Pemilihan Lokasi Usaha	23
2.1.3.5	Indikator Lokasi	24
2.2	Penelitian Terdahulu... ..	25
2.3	Kerangka Pemikiran... ..	28
2.4	Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian...	30
3.1.1	Lokasi Penelitian...	30
3.1.2	Waktu Penelitian.....	30
3.2	Jenis Data dan Sumber Data Penelitian.	30
3.2.1	Jenis Data.....	30
3.2.2	Sumber Data	31
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel	32
3.4	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Teknik Analisa Data	35
3.6.1	Uji Validitas.....	35
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.,,... ..	35
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	36
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	37
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.6.5	Pengujian Hipotesis	38
3.6.5.1	Uji t (Uji Parsial)...	38
3.6.5.2	Uji F (Uji Simultan)...	40

3.6.6	Uji Koefisien Determinasi	40
-------	---------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	42
4.1.1	Sejarah Singkat Toko Julia Jaya	42
4.1.2	Visi dan Misi Toko Julia Jaya	43
4.1.2.1	Visi Toko Julia Jaya	43
4.1.2.2	Misi Toko Julia Jaya	43
4.1.3	Struktur Organisasi Toko Julia Jaya.....	43
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Deskripsi Responden... ..	44
4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.2.2.1	Uji Validitas.....	47
4.2.2.2	Uji Reliabilitas	50
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	50
4.2.3.1	Uji Normalitas	50
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas.....	53
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas	54
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.2.5	Pengujian Hipotesis	57
4.2.5.1	Uji t (Uji Parsial)	57
4.2.5.2	Uji F (Uji Simultan)	59
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.3	Pembahasan	62

4.3.1	Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha...	62
4.3.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha	64
4.3.3	Pengaruh Kreativitas dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha	65

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

AKADEMIS

5.1	Kesimpulan...	68
5.2	Implikasi Manajerial	69
5.3	Saran Akademis	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN IZIN RISET

FOTOCOPY BERWARNA KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY BERWARNA KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Toko Julia Jaya... ..	3
Tabel 1.2	Contoh Produk Toko Julia Jaya... ..	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>.....	35
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi..	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₂)	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.	56
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)	58
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Denah Lokasi Toko Julia Jaya... ..	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Julia Jaya... ..	43
Gambar 4.2	Grafik Histogram... ..	51
Gambar 4.3	Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	52
Gambar 4.4	Grafik <i>Scatterplot</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Kreativitas (X1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kreativitas (X1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keberhasilan Usaha (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden**
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas**
- Lampiran 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas**
- Lampiran 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**
- Lampiran 14 Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)**
- Lampiran 15 Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)**
- Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**
- Lampiran 17 Tabel t dan r**
- Lampiran 18 Tabel F**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kunci utama tercapainya ekonomi kreatif terletak pada kualitas sumber daya manusia (SDM) serta berbagai faktor pendukung lainnya. Sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan seperti modal, metode dan mesin tidak akan bisa memberikan hasil secara maksimal apabila tidak didukung oleh kualitas dari SDM yang mempunyai totalitas kerja untuk memajukan perusahaan. Meskipun kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian sangat besar, tapi masih saja terdapat berbagai masalah yang dialami oleh pelaku ekonomi kreatif khususnya pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian negara. UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peranan penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi baik bagi bangsa Indonesia maupun di negara-negara lain. Perkembangan dan peran UMKM perlu terus ditingkatkan karena ketangguhannya dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi serta banyak membuka lapangan pekerjaan yang tentunya akan mengurangi tingkat pengangguran (Nur Wahyuni, dkk, 2022).

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari peningkatan modal, jumlah produksi, pelanggan, perluasan usaha dan perbaikan sarana fisik dari usaha dan perbaikan sarana fisik dari usaha yang dijalankan. Selain itu kewirausahaan mencakup keterampilan sesuai kompetensi yang dapat ditularkan melalui hal/faktor

pengembangan pribadi dan mengasah kemampuan untuk membuat perencanaan yang inovatif (Maryam, dkk, 2021). Toko Julia Jaya merupakan perusahaan yang memproduksi produknya sendiri yang bergerak dibidang mebel aluminium, menjual seperti lemari baju aluminium, rak lemari piring aluminium kaca, lemari sepatu aluminium kaca, lemari tas aluminium kaca, dan jemuran pakaian aluminium. Perusahaan ini telah berjalan selama kurang lebih dua belas tahun dan beralamat di Jalan Kebun Sayur, Tembung. Dalam lima tahun belakangan, usaha mebel dari Toko Julia Jaya mengalami penurunan sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan pun menurun.

Kewirausahaan dipahami sebagai komponen penting dari ekspansi ekonomi dan pengembangan lapangan kerja. Kemampuan wirausahawan harus dikembangkan agar perusahaan atau bisnis mengalami kesuksesan terbesar yang diinginkan, khususnya kemampuan dalam hal pengetahuan, sikap, keterampilan, dan kematangan emosi. Kemampuan penting yang harus ada di dalam diri seorang pebisnis adalah kemampuan menganalisis dan memprediksi lokasi apakah sesuai atau tidak dijadikan sebagai lokasi menjalankan usaha, karena dalam berbisnis faktor lokasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan sebelum seseorang memulai suatu usaha (Novita Ekasari dan Nurhasanah, 2018).

Banyaknya persaingan di industri mebel membuat Toko Julia Jaya harus terus melakukan evaluasi terhadap produk-produk mebel yang dihasilkan agar tidak terkesan monoton. Berdasarkan laporan keuangan Toko Julia Jaya yang didapatkan dari hasil wawancara, terjadi penurunan dalam kurang waktu lima tahun terakhir.

Penurunan pendapatan tersebut menyebabkan perusahaan sulit untuk berkembang dan melakukan ekspansi usaha. Permodalan tercukupi, penyaluran usaha telah produktif dan tujuan organisasi telah tercapai merupakan definisi dari keberhasilan usaha.

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Julia Jaya

Tahun	Target Penjualan	Realisasi	Persentase Pencapaian
2018	Rp 4.000.000.000	Rp 3.485.000.000	87,12%
2019	Rp 4.000.000.000	Rp 3.542.000.000	88,55%
2020	Rp 4.000.000.000	Rp 3.485.200.000	87,13%
2021	Rp 5.000.000.000	Rp 3.784.400.000	75,69%
2022	Rp 5.000.000.000	Rp 3.752.000.000	75,04%

Sumber: Data Penjualan Toko Julia Jaya, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat selama lima tahun terakhir Toko Julia Jaya mengalami penurunan penjualan dan belum mampu untuk mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Realisasi penjualan terendah terjadi pada tahun 2018, yaitu sebesar Rp 3.485.000.000 dan realisasi penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2021 sebesar Rp 3.784.400.000. Tidak terealisasinya target penjualan disebabkan oleh penurunan penjualan *furniture* karena produk *furniture* yang dihasilkan terlalu monoton dan tidak memiliki ciri khas di bandingkan dengan produk dari toko lain.

Dalam menjalankan usaha *furniture* kreativitas sangat diperlukan dalam meningkatkan penjualan *furniture* yang kemudian akan berdampak pada pencapaian target yang ditetapkan oleh perusahaan. Selain masalah produk *furniture*, letak usaha Toko Julia Jaya juga kurang strategis sehingga sepi pengunjung. Menurut Ekasari dan Nurhasanah (2018), dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan UMKM Kawasan Wisata Gentala

Arasy Kota Jambi”, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dimensi lokasi terhadap keberhasilan usaha saling terkait dengan koseptual penelitian yang dibuktikan dari hasil kecocokan beberapa model yang signifikan.

Tabel 1.2
Contoh Produk Toko Julia Jaya

Gambar Produk	Keterangan Produk	Gambar Produk	Keterangan Produk
	Lemari Baju Aluminium Rp 2.500.000		Lemari Sepatu Aluminium Kaca Rp 800.000
	Rak Lemari Piring Aluminium kaca Rp 1.100.000		Lemari Tas Aluminium Kaca Rp 900.000

Sumber: Toko Julia Jaya, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa produk dari Toko Julia Jaya kurang menarik dan tidak memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk dari toko lain. Walaupun produk yang ditawarkan oleh Toko Julia Jaya beragam, namun produk yang disediakan terkesan hampir sama dari produk yang ditawarkan oleh toko lain sehingga produk Toko Julia Jaya sulit untuk bersaing dengan toko lainnya.

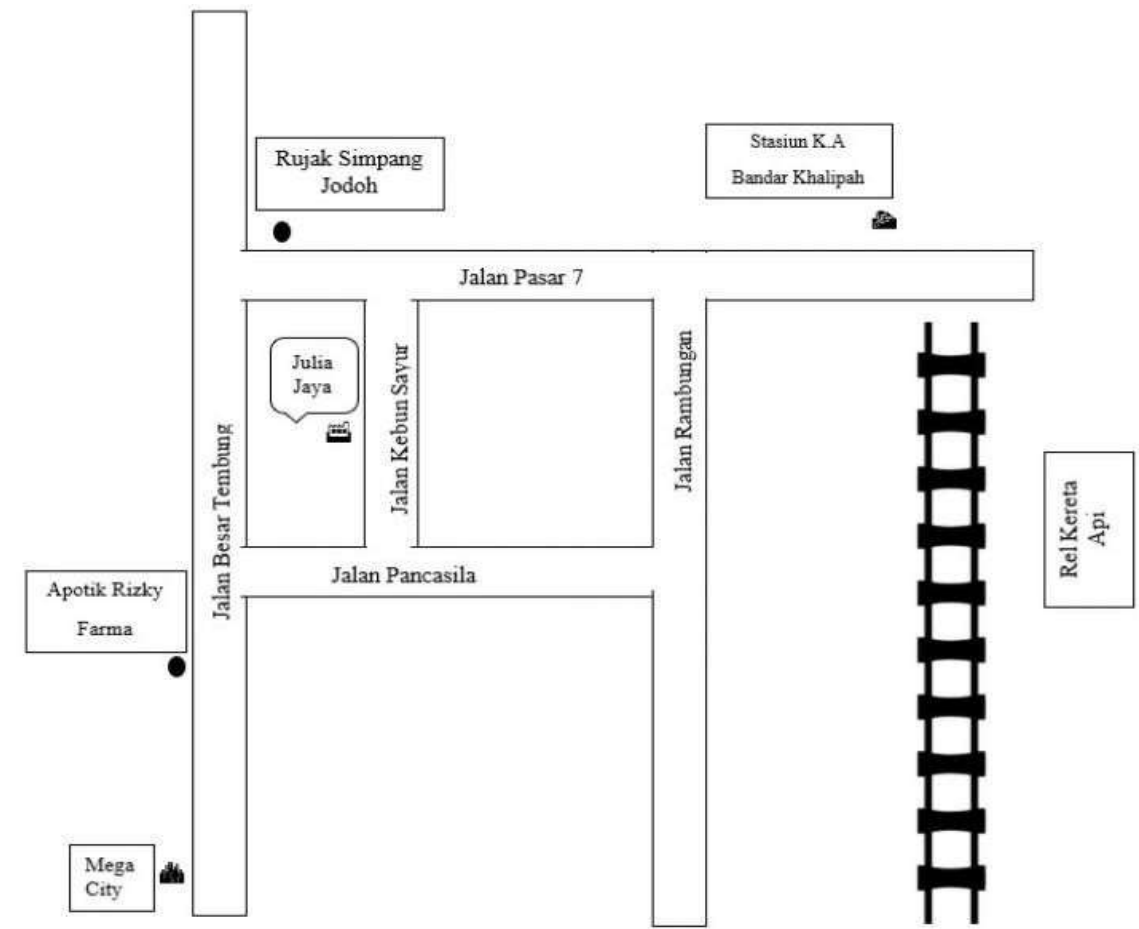
Kreativitas memainkan peran penting dalam mempertahankan bisnis/usaha. Daya cipta para pebisnis dalam mengikuti perkembangan barangnya telah membuahkan beberapa keberhasilan. Bentuk kreativitas ini harus didasarkan pada pemikiran mutakhir, pemikiran baru, dan tidak serupa dengan yang beredar. Dengan asumsi seorang visioner bisnis dapat mengembangkan kreativitas untuk pencapaian bisnisnya, maka, pada saat itu, bisnis yang diawasi juga dapat terlihat berbeda dibandingkan dengan organisasi sejenis lainnya (Soriyani dan Harahap, 2022).

Kendala utama yang dihadapi oleh Toko Julia Jaya adalah kurangnya kreativitas pengusaha sehingga desain dan mutu produk terkesan sangat monoton. Dimana, sumber daya manusia dari Toko Julia Jaya tidak mampu untuk menciptakan design mebel yang lebih unik dari sebelumnya. Selain itu, SDM Toko Julia Jaya juga tidak mampu untuk mengembangkan produk yang sudah ada seperti meningkatkan kualitasnya, memperbarui bentuk atau designnya atau menambah cantik tampilan kemasan. Karyawan dari Toko Julia Jaya juga takut berbuat salah atau dikritik atas design mebel yang dihasilkan sehingga kreativitas tidak tersalurkan secara maksimal. Menurut Gemina dan Harini (2021), dengan judul “Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan di Priangan Barat: Pendekatan Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas dan Inovasi”, dengan hasil penelitian bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha IMKM makanan ringan di Priangan Barat.

Hal lain yang juga memiliki andil terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya adalah faktor lokasi. Lokasi dapat didefinisikan sebagai salah satu faktor

dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian (Situmorang dan Aminudin, 2022). Oleh sebab itu, dalam menjalankan usaha maka lokasi yang dipilih harus strategis dalam arti mudah dijangkau, didaerah sekitar pusat perbelanjaan dan daerah pemukiman ramai penduduk sehingga kemungkinan besar usaha yang didirikan dapat sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Lokasi bukan hanya dilihat dari jarak seberapa jauh tempat usaha yang didirikan dan seberapa strategis letak usaha tersebut karena keadaan yang bersih dan nyaman adalah salah satu hal yang terkait dengan lokasi, maka apabila lokasi sudah strategis serta keadaan tempat pun bersih maka konsumen yang berkunjung akan sangat mendapatkan keinginan yang diharapkan seperti kenyamanan yang akhirnya kepuasan atas lokasi tersebutpun didapatkannya.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, peneliti melihat bahwa Lokasi sebagai tempat menjalankan usaha dari Toko Julia Jaya terletak jauh dari pusat kota sehingga produk mebel dari perusahaan tersebut hanya terjual di sekitaran daerah perusahaan tersebut. Selain itu, kondisi lokasi usaha dari Toko Julia Jaya juga terkesan berantakan atau tidak rapi serta kurangnya lahan parkir dari Toko Julia Jaya sebagai tempat konsumen memarkirkan kendaraan ketika hendak melihat produk mebel yang dijual di Toko Julia Jaya. Berdasarkan penelitian Iksyaniyah dan Soesatyo (2015) dengan judul “Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pasar Baru Krian Sidoarjo”, menunjukkan hasil penelitian bahwa lokasi usaha secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berikut adalah lokasi sebagai tempat Toko Julia Jaya dalam menjual produk mebel yang dapat dilihat pada gambar denah lokasi berikut.



Gambar 1.1
Denah Lokasi Toko Julia Jaya

Berdasarkan fenomena permasalahan yang terjadi pada perusahaan, maka peneliti melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN LOKASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO JULIA JAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah pada penelitian ini:

1. Kurangnya kreativitas pengusaha sehingga desain dan mutu produk terkesan sangat monoton.
2. Lokasi usaha yang jauh dari pusat kota sehingga produk mebel kurang dikenal luas.
3. Target penjualan tahunan yang belum terealisasi dikarenakan produk yang di hasilkan tidak memiliki keunikan tersendiri meskipun produk yang ditawarkan beragam dan letak lokasi usaha yang kurang strategis.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antar variabel kreativitas (X_1) dan lokasi (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y). Objek penelitian ini merupakan *customer* Toko Julia Jaya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya?
3. Apakah Kreativitas dan Lokasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan dilaksanakannya penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kretivitas terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan lokasi terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu:

1. Manfaat bagi peneliti

Manfaat penelitian ini 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.

2. Manfaat bagi STIE Eka Prasetya

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

3. Manfaat bagi Toko Julia Jaya

Manfaat bagi Toko Julia Jaya adalah untuk dijadikan bahan masukan bagi perusahaan. Sebagai bagian dari masukan terkait kreativitas dan lokasi yang bertujuan untuk terus meningkatkan keberhasilan usaha di Toko Julia Jaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Perusahaan dikatakan berhasil apabila telah mencapai tingkat penjualan secara terus-menerus dan mencapai target didalam perusahaan itu. Oleh sebab itu suatu perusahaan khususnya dinegara Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan dalam penjualan.

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya (Liswati, 2018). Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaann, dimana segala aktifitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan (Sibarani, dkk, 2019). Keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan perseuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai (Santoso, 2021).

Keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaanya dan hasil yang dicapai (Suharson, 2021). Keberhasilan usaha adalah suatu pola dari berhasilan bisnis dalam mencapai tujuannya (Sitompul, dkk, 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Keberhasilan Usaha merupakan suatu keadaan dimana perusahaan mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya, dimana didalam perusahaan ditujukan semua aktivitas perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tersebut.

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).

1. Promosi

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

2. *Branding*

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

3. Minat Berwirausaha

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

4. *Passion*

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

5. *Jiwa Entrepreneur*

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

6. *Jaringan Bisnis*

Jaringan dapat diartikan dalam bentuk organisasi digunakan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha. Jaringan dapat juga berupa *non* unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha.

2.1.1.3 Alasan Kegagalan Suatu Usaha Kecil

Tidak selamanya usaha yang dirintis membuahkan hasil sesuai dengan yang kita harapkan, adakalanya kesuksesan sulit untuk diraih. Kegagalan dapat disebabkan oleh rasa takut gagal dan rasa tidak percaya diri yang timbul dari dalam diri maupun akibat pengaruh lingkungan sekitar. Kondisi keluarga, budaya lingkungan, atau peristiwa-peristiwa tertentu dapat menimbulkan rasa takut gagal.

Sebab-sebab kegagalan usaha kecil (Febrianty, dkk, 2020) :

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 Karakteristik Keberhasilan Usaha

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi usaha yang jelas, serta kemauan dan keberanian dalam menghadapi resiko. Karakteristik kewirausahaan merupakan watak, karakter, sikap dan perilaku yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang menjadikannya terkondisi untuk mampu mengatasi tantangan dan persaingan hingga menjadikannya berpeluang untuk mencapai dan meraih keuntungan seoptimal mungkin.

Keberhasilan usaha dapat dilihat dari karakteristik usaha kecil menengah yang meliputi (Asnawati, 2021):

1. Lama beroperasi
2. Ukuran usaha

3. Sumber modal
4. Lokasi

2.1.1.5 Indikator Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha diidentikkan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan jumlah karyawan, peningkatan modal, laba dan sebagainya.

Dalam mengukur suatu keberhasilan pada suatu perusahaan adapun indikator keberhasilan usaha (Santoso, 2021) :

1. Kemampuan menyesuaikan diri yaitu kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan. Kondisi lingkungan di luar diri kita adalah hal yang memiliki kemungkinan untuk berubah dengan cepat.
2. Produktivitas adalah kemampuan setiap orang, sistem, atau suatu perusahaan yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa.
3. Kepuasan kerja dapat diartikan sebagai keadaan emosi yang menyenangkan pada pekerjaannya.

2.1.2 Teori Kreativitas

2.1.2.1 Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal

baru. Selain itu, kreativitas adalah hal-hal yang membuat kita takjub dengan hal-hal baru, karena kreativitas bisa mewujudkan ide-ide cemerlang kita.

Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (*thinking new thingh*) (Suryana, 2013). Kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai (D.Made Dharmawati, 2019). Kreativitas merupakan kemampuan berpikir untuk menciptakan sesuatu dengan cara menggabungkan atau mengkombinasikan konsep-konsep, ide-ide, gagasan-gagasan, sifat-sifat unik dan khas serta beragam informasi berbeda, orosinil, dan memiliki nilai serta manfaat (Bahri, 2021).

Kreativitas adalah usaha yang disengaja untuk dapat dengan lancar menghasilkan gagasan yang mengandung kebaruan, keaslian, atau hasil elaborasi gagasan sebelumnya sehingga dapat diterima lingkungan kerja (Umalihayati, Wulandari, dan Hardienata, 2022). Kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan suatu hal baru,model baru, yang berguna bagi dirinya dan masyarakat (Sudarmanto, dkk, 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kreativitas merupakan kemampuan yang terdapat didalam diri seseorang untuk menghasilkan suatu hal yang baru dan berbeda yang berasal dari ide yang unik serta memiliki nilai guna dilingkungan sekitar.

2.1.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Kreativitas

Faktor yang mempengaruhi kreativitas yaitu usia, pendidikan, tersedianya fasilitas dan penggunaan waktu luang. Faktor pendukung yang mempengaruhi

keaktivitas antara lain meliputi situasi yang menghadirkan ketidaklengkapan serta keterbukaan. Situasi yang memungkinkan dan mendorong timbulnya banyak pertanyaan. Faktor penghambat yang mempengaruhi kreativitas antara lain adanya kebutuhan dan keberhasilan, ketidakberanian dalam menanggung resiko (Musbikin, 2019).

2.1.2.3 Konsep Kreativitas

Konsep kreativitas ini perlu dituangkan dalam industri kreatif yang diolah menjadi sebuah karya yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas. Karya yang dihasilkan oleh industri kreatif merupakan karya yang dapat membawa pemasukan bagi suatu perusahaan. Sebagai contoh, konten-konten edukasi dan informatif yang sering Anda lihat di media sosial atau internet merupakan hasil karya yang diciptakan oleh industri kreatif dengan menggunakan konsep kreativitas. Didalam Kreativitas ada beberapa macam konsep kreativitas berdasarkan 3P (Hasibuan, dkk, 2022) yaitu:

1. Proses

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

2. Produk

Definisi kreativitas berdasarkan produk merupakan upaya kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/orisinal atau sebuah elaborasi/penggabungan yang inovatif. Suatu karya dapat dikatakan kreatif jika suatu ciptaan yang baru atau orisinal dan bermakna dari individu atau bagi lingkungannya.

3. Pribadi

Kreativitas mencerminkan keunikan individu dalam pikiran dan ungkapan-ungkapan. Kreativitas dimulai dengan kemampuan individu untuk menciptakan sesuatu yang baru. Seorang individu yang kreatif memiliki sifat yang mandiri. Ia tidak merasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma umum yang berlaku.

2.1.2.4 Sumber Kreativitas

Dalam konteks manajemen, peran fungsi kreativitas dalam proses inovasi merupakan pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem. Kreativitas sebagai inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Adapun 2 sumber kreativitas, yaitu sebagai berikut (Irnawati, dkk, 2021):

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, ia 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

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

Dalam mengukur tingkat kreativitas dibutuhkan beberapa tingkat indikator. Indikator kreativitas yaitu (Umalihayati, Wulandari, dan Hardienata, 2022):

1. Kebaruan perspektif dalam melihat situasi.

Kemampuan dalam membaca atau melihat situasi dalam kaitanya dengan peluang usaha. Salah satu cara melakukan analisis peluang usaha adalah dengan menggunakan metode analisis peluang usaha SWOT. Metode analisis peluang usaha tersebut cukup terkenal dan mudah dilaksanakan. Analisis peluang usaha SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman).

2. Keaslian gagasan.

Selalu mengutamakan kejujuran dalam hal penciptaan ide/gagasan yang artinya tidak melakukan *plagiat* terhadap hasil karya orang lain.

3. Kelancaran menghasilkan gagasan.

Selalu mampu menghasilkan gagasan baru ketika produk telah selesai diciptakan dan tidak pernah kehabisan ide dalam hal penciptaan produk baru.

4. Kelenturan mengembangkan gagasan.

Selalu mampu mengembangkan produk yang sudah ada sehingga produk yang dihasilkan semakin mendekati harapan pelanggan.

5. Kelengkapan dalam mengembangkan gagasan.

Dalam mengembangkan gagasan produk harus memenuhi konsep fungsi, bentuk, tujuan penciptaan produk yang disampaikan dari kaca mata konsumen.

2.1.3 Teori Lokasi

2.1.3.1 Pengertian Lokasi

Lokasi merujuk pada suatu tempat, letak atau di mana sesuatu ditempatkan/diletakkan. Lokasi yang baik untuk kegiatan usaha adalah lokasi yang memiliki dampak atau implikasi positif terkait proses-proses dari kegiatan pemasaran yang dilakukan. Suatu lokasi dipilih untuk menjalankan kegiatan usaha dalam rangka mempertahankan dan bahkan mampu mendukung perkembangan dari usaha tersebut.

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi (Sibarani, dkk, 2019). Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya (Mitfah dan Pangiuk, 2020). Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi (Putra, Maharani, dan Soraya, 2021).

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi (Mulyono, 2021). Lokasi adalah tempat individu-individu biasanya berkunjung (Zaini dan Andriana, 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi merupakan suatu letak perusahaan, dimana perusahaan dapat memproduksi, mendistribusi, dan memajangkan barang dagangannya.

2.1.3.2 Karakteristik Lokasi Strategis

Secara umum, pemilihan lokasi strategis bertujuan untuk memkasimalkan proses-proses produksi dari kegiatan ataupun aktivitas ekonomi yang dilakukan dalam rangka untuk memaksimalkan peluang mendapatkan laba setinggi-tingginya dalam memperhatikan tipe atau jenis bisnis yang dijalankan suatu perusahaan.

Karakteristik suatu lokasi yang dikatakan strategis untuk menjalankan usaha memiliki beberapa indikator, yaitu (Bahri, 2021) :

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

2.1.3.3 Pertimbangan Penentuan Lokasi Usaha

Penetapan dan pemilihan suatu lokasi usaha dapat berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya bergantung pada pertimbangan-

pertimbangan situasional yang dihadapi atau dialami perusahaan yang bersangkutan. Terkadang, suatu perusahaan lebih memilih untuk menetapkan kegiatan produksi dan usahanya pada lokasi yang dapat mendukung atau menunjang proses-proses pemasaran yang dilakukan, dimana lokasi tersebut dinilai lebih dekat untuk dijangkau para konsumen yang berbelanja.

Secara umum pertimbangan untuk menentukan lokasi adalah sebagai berikut (Kasmir, 2017):

1. Jenis usaha yang dijalankan.
2. Dekat konsumen atau pasar.
3. Dekat dengan bahan baku.
4. Ketersediaan tenaga kerja.
5. Sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air).
6. Dekat dengan pusat pemerintahan.
7. Dekat lembaga keuangan.
8. Berada di kawasan industri.
9. Kemudahan untuk melakukan ekspansi atau perluasan.
10. Kondisi adat istiadat, budaya dan sikap masyarakat setempat.
11. Hukum yang berlaku di wilayah setempat.
12. Pertimbangan lainnya.

2.1.3.4 Strategi Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi merupakan bagian yang menentukan kesuksesan suatu kegiatan usaha karena merupakan salah satu cara dalam memaksimalkan peluang

yang berangkat dari ide atau gagasan bisnis tertentu. Pemilihan suatu lokasi perusahaan juga diarahkan untuk meminimalkan resiko yang dapat dialami ketika telah menjalankan bisnis tertentu, dimana salah satunya adalah risiko mengenai biaya yang akan ditanggung dan dihadapi perusahaan dalam banyak kesempatan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Strategi dalam pemilihan lokasi usaha adalah sebagai berikut (Sundari dan Syaikhudin, 2021):

1. Tingkat kepadatan penduduk sekitar lokasi.
2. Besar pendapatan masyarakat sekitar lokasi.
3. Memperhatikan tingkat keramaian lalu lalang kendaraan yang lewat.
4. Banyaknya usaha yang mendukung lokasi tersebut.
5. Sesuaikan dana dengan lokasi usaha yang akan dipilih.
6. Pilih lokasi usaha yang tingkat kompetisi rendah.
7. Perhatikan pula akses menuju lokasi usaha.
8. Tingkat keamanan yang mendukung.
9. Perhatikan kebersihan lokasi usaha.

2.1.3.5 Indikator Lokasi

Untuk menjalankan kegiatan usaha diperlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. Lokasi ini sangat penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen (nasabah/pelanggan, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Untuk dapat melihat suatu lokasi itu strategis dapat dilihat dari beberapa indikator, Indikator lokasi menurut (Mitfah dan Pangiuk, 2020):

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Tempat parkir yang luas dan aman.
3. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan referensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti pada tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Novita Ekasari dan Nurhasanah (2018) Jurnal Sains Sosio Humaniora, Volume 2 Nomor 1, Juni 2018 ISSN: 03003604 (Sinta 4) Jambi	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Variabel <i>independen</i> adalah Lokasi Usaha dan Kreativitas Variabel <i>dependen</i> adalah Keberhasilan Usaha	Hasil menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan variabel lokasi usaha dan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
2	Nuril Iksyaniyah dan Yoyok Soesatyo (2015) Jurnal Pendidikan	Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pasar Baru Krian Sidoarjo	Variabel <i>independen</i> adalah Lokasi Usaha Variabel <i>dependen</i>	Lokasi usaha secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	Ekonomi (JUPE), Volume 3 Nomor 3, 2015 ISSN :23375752 (Sinta 4) Sidoarjo		adalah Keberhasilan Usaha	keberhasilan usaha.
3	Dwi Gemina dan Sri Harini (2021) <i>Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering</i> , Volume 13 Nomor 1, 2021 ISSN: 2085-4293 (Sinta 3) Priangan Barat	Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan di Priangan Barat: Pendekatan Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi	Variabel <i>independen</i> adalah Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi Variabel <i>dependen</i> adalah Keberhasilan Usaha	Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel X yang diteliti baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
4	Sandra Fitriyani, Trisna Murni, dan Sri Warsono (2019) <i>Management Insight: Jurnal Ilmu Manajemen</i> , Volume 13 Nomor 1, 2019 ISSN: 19783884 (Sinta 5) Bengkulu	Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil	Variabel <i>independen</i> adalah Lokasi Usaha Variabel <i>dependen</i> adalah Keberhasilan Usaha	Lokasi usaha secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
5	Azizah dan Ma'rifah (2017) <i>Performance</i> , Volume 24 Nomor 2, Juli 2017	Motivasi Usaha sebagai Mediator Hubungan antara Perilaku Inovatif dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Batik Tulis di Kabupaten Kebumen	Variabel <i>independen</i> adalah Kreativitas dan Perilaku Inovatif	Kreativitas dan Perilaku inovatif baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap

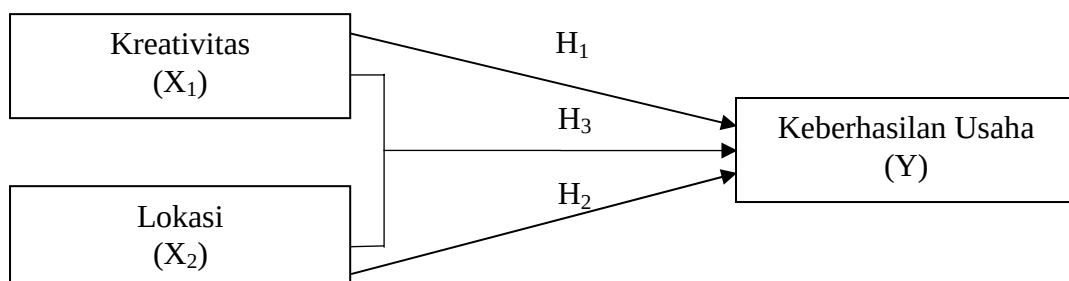
No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	ISSN: 2615-8094 (Sinta 4) Kebumen		Variabel <i>dependen</i> adalah Keberhasilan Usaha	keberhasilan usaha
6.	Natthawut Yodchai, dkk (2022) <i>Creativity Studies</i> , Volume 15, Issue 1, 2022 ISSN: 23450479 (Quartile 1) Ho Chi Minh	<i>Co-Creating Creative Self-Efficacy to Build Creative Performance and Innovation Capability for Business Success: A Meta-Analysis</i>	Variabel <i>independen</i> adalah <i>Creative Mindsets</i> Variabel <i>intervening</i> adalah <i>Creativity Performance</i> dan <i>Innovation Capability</i> Variabel <i>dependen</i> adalah <i>Success Business</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara positif <i>creativity performance</i> berpengaruh terhadap <i>innovation capability</i> serta secara positif <i>creativity performance</i> berpengaruh positif terhadap <i>success business</i> .
7.	Listia Rini, dkk (2022) <i>Sustainability</i> , Volume 15, Desember 2022 ISSN: 20711050. (Quartile 1) Europe	<i>Identifying the Key Success Factors of Plant-Based Food Brands in Europe</i>	Variabel <i>independen</i> adalah <i>Consumer, Trend, Marketing Strategy, Innovation Management</i> , dan <i>Management Structure</i> Variabel <i>dependen</i> adalah <i>Success Factors</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti termasuk variabel <i>marketing mix strategy 4P</i> (<i>product, price, place, dan promotion</i>) memiliki pengaruh sebagai faktor kunci keberhasilan usaha makanan di pasaran Eropa.
8.	Lucy Gikonyo, Adele Berndt, dan Joseph Wadawi (2015)	<i>Critical Success Factors for Franchised Restaurants Entering the Kenyan Market: Franchisors Perspective</i>	Variabel <i>independen</i> adalah <i>Brand Power/Concept, Competitive Environment</i> ,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel X yang diteliti memiliki pengaruh terhadap

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	<i>Sage Open</i> , Desember 2015 ISSN: 21582440. Quartile: 2		<i>Government Policies, Distance Management, Cultural Appeal, Excellent Selection, Location, Good Relationship, Proper Contract Management.</i> Variabel <i>dependen</i> adalah <i>Success Factors (Y)</i>	keberhasilan usaha (<i>franchise</i>) restoran di pasaran Kenya.
	Kenya			

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah pemahaman yang melandasi pemahaman yang lainnya, pemahaman paling mendasar dan menjadi fondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan uraian maka kerangka pemikiran penelitian adalah sebagai berikut



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah dugaan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Hipotesis juga dapat dipahami sebagai pernyataan tentatif tentang hubungan antara beberapa variabel atau lebih (Jaya, 2020). Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.
- H₂: Lokasi tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.
- H₃: Kreativitas dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Toko Julia Jaya Jl. Kebun Sayur No.81, Tembung.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan mulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan bulan April 2023.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang diperoleh dengan memakai ketentuan statistik atau metode lain dari suatu kuantifikasi (pengukuran) (Jaya, 2020).

Jenis penelitian ini adalah statistik deskriptif. Jenis penelitian statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel (Sujarweni, 2016).

3.2.2 Sumber Data

Sumber data dapat dipahami sebagai sumber atau referensi pengumpulan data yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan penelitian. Tanpa adanya sumber data, maka kegiatan penelitian tidak bisa dilaksanakan. Jika dilihat dari sumbernya, maka pengumpulan data dapat terbagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder.

Menurut Sugiyono (2018), menjelaskan bahwa data berdasarkan sumbernya terdiri dari dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber primer.

Sumber primer dikatakan sebagai sumber data yang memberikan secara langsung data tersebut kepada peneliti. Data primer penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan ke konsumen dan wawancara kepada pemilik usaha.

2. Sumber sekunder.

Sumber sekunder didefinisikan sebagai sumber data yang tidak memberikan langsung data kepada peneliti. Data sekunder diperoleh dari buku pencatatan hasil penjualan serta observasi lapangan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, serta benda-benda yang karakteristiknya hendak diteliti (Jaya, 2020).

Peneliti yang hendak mengkaji seluruh komponen dalam wilayah kajiannya maka merupakan penelitian populasi. Objek pada populasi diteliti, hasilnya di analisa, disimpulkan, dan kesimpulan tersebut berlaku untuk semua populasi (Tersiana, 2022). Jumlah pelanggan Toko Julia Jaya pada tahun 2021 berjumlah 150 pelanggan. Maka dari itu, total populasi yang akan dipakai adalah seluruh pelanggan pada tahun 2021 sebanyak 150 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian yang nanti kesimpulan dari penelitian tersebut untuk populasi (Tersiana, 2022). Untuk mengetahui berapa sampel yang akan diambil peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = *Error* 5%

Dengan populasi sebanyak *customer* dan tingkat *error* (e) sebesar 5%, maka sampel (n) penelitian ini adalah:

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

$$n = \frac{150}{1 + 150 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{150}{1,375} = 109$$

Berdasarkan hasil, jumlah sampel adalah sebanyak 109 konsumen dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yang artinya teknik pemilihan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang di populasi untuk dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *sampling incidental*, dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019).

3.4 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional untuk masing-masing variabel terikat dan variabel bebas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kreativitas (X ₁)	Kreativitas adalah usaha yang disengaja untuk dapat dengan lancar menghasilkan gagasan yang mengandung kebaruan, keaslian, atau hasil elaborasi gagasan sebelumnya sehingga dapat diterima lingkungan kerja.	1. Kebaruan perspektif dalam melihat situasi 2. Keaslian gagasan 3. Kelancaran menghasilkan gagasan 4. Kelenturan mengembangkan gagasan 5. Kelengkapan dalam mengembangkan gagasan Sumber: Umalihayati, Wulandari, dan Hardienata (2022)	Likert
Lokasi (X ₂)	Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang	1. Akses 2. Tempat parkir 3. Lingkungan	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	dagangannya. Sumber: Mitfah dan Pangiuk (2020)	Sumber: Mitfah dan Pangiuk (2020)	
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Sumber: Santoso (2021)	1. Kemampuan menyesuaikan diri 2. Produktivitas 3. Kepuasan kerja Sumber: Santoso (2021)	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menilai tanggapan responden maka peneliti menggunakan *skala likert* yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang ditentukan. *Skala likert* adalah skala yang digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau orang tentang fenomena sosial (Bahrin, Alifah, dan Mulyono, 2017). Beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan sebagai tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

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

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan setiap *item* dalam daftar pernyataan untuk mendefinisikan setiap variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataannya di uji validitas. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid (Sujarweni, 2016).

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan bentuk pengujian untuk mengetahui konsistensi responden dalam memberikan pendapatnya terhadap suatu pernyataan yang merupakan dimensi dari variabel yang disusun dalam kuesioner. Syarat pengujian adalah jika nilai Alpha > 0,70 maka reliabel (Sujarweni, 2016).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

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

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bentuk pengujian dari asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel yang diteliti sudah terdistribusi normal atau tidak. Dengan pengujian normalitas diharapkan bahwa data dari setiap variabel sudah terdistribusi normal sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian.

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas pada hakekatnya untuk menguji melihat apakah terdistribusi normal atau tidak variabel pengganggu atau residual dalam model regresi. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S). Menurut Ghozali (2018) Uji K – S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_a : Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan untuk deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal *plot* menurut Ghozali (2018:163) adalah jika letak penyebaran data disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonal atau grafik histogramnya merujuk pada pola distribusi normal, maka dapat dibentuk kesimpulan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi untuk model regresi tersebut.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdeteksi korelasi antar variabel X atau tidak, maka digunakan uji multikolinearitas. Masalah multikolinearitas bisa disebabkan oleh penggunaan nilai lag (*lagged value*) dari variabel – variabel bebas tertentu dalam model regresi.

Menurut Ghazali (2018), uji multikolinearitas pada hakekatnya untuk melihat deteksi korelasi antar variabel X pada model regresi. Peneliti menggunakan deteksi multikolinearitas menggunakan VIF dengan ketentuan jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dinyatakan model regresi bebas dari multikolinearitas (Ghozali, 2018).

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan bentuk pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual. Pengujian heteroskedastisitas juga bertujuan untuk mencapai model regresi yang bersifat homoskedastisitas atau bebas dari heteroskedastisitas. Cukup sering pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser*, yaitu dengan meregres nilai absolut residual ($UbsUt$) sebagai variabel *dependent*.

Menurut Ghazali (2018), uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk melakukan uji terhadap model regresi apakah ada atau tidak perbedaan *variance* dari residual antar pengamatan. Model regresi tergolong baik apabila bersifat homoskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas peneliti menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Uji *Glejser*, dengan ketentuan jika nilai signifikansi seluruh variabel X lebih besar dari 0,05 maka model yang digunakan bebas dari heteroskedastisitas.
2. Grafik Plot, Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan berpedoman pada ketentuan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik penyebaran data tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terdeteksi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi (Tersiana, 2022):

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

Keterangan:

Y	=	Keberhasilan Usaha (dependent variabel)
X ₁	=	Kreativitas (independent variabel)
X ₂	=	Lokasi (independent variabel)
a	=	Konstanta
b	=	Koefisien regresi variabel independen
e	=	Kesalahan penduga (5%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh masing –

masing variabel *independent* atau variabel bebas yang terdapat di dalam model regresi secara individual (parsial) terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} .

Menurut Ghozali (2018), uji t untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menjelaskan ragam variabel *dependen*. Dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah masing – masing dari variabel X berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel Y.

Ketentuan pengujiannya sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$

Kreativitas dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.

2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$

Kreativitas dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.

Pengujian hipotesis dengan uji t menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji t adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$
2. H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F merupakan pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh seluruh variabel *independent* atau variabel bebas yang terdapat di dalam model regresi secara bersamaan (simultan) terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} .

Menurut Ghozali (2018), menyatakan bahwa uji F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan untuk mengetahui seluruh pengaruh variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent* yang ditunjukkan dalam tabel Anova. Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana berpengaruh secara simultan atau serempak dari kreativitas dan lokasi terhadap keberhasilan usaha.

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Berikut syarat pengujian hipotesis dengan uji F:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian dengan uji koefisien determinasi (R^2) merupakan pengujian untuk mengetahui besarnya kontribusi seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi hasil dari pengujian koefisien determinasi (R^2) maka

semakin tinggi juga kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan hubungannya terhadap variabel terikat.

Menurut Ghozali (2018), menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel *independen* dalam menjelaskan variabel *dependen* sangat terbatas. Hasil yang mendekati satu menunjukkan variabel *independen* menyediakan hampir secara keseluruhan informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variasi variabel *dependen*. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar hasil dari koefisien determinasi, maka semakin besar juga pengaruh variabel X yang dapat menjelaskan variabel Y.

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh seluruh variabel X, yaitu kreativitas dan lokasi dalam menjelaskan hubungannya terhadap variabel Y, yaitu keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Toko Julia Jaya

Toko Mebel Julia Jaya sudah beroperasi sejak tahun 2007. Awalnya toko ini bukanlah toko mebel, melainkan toko besi. Seiring berjalannya waktu, pemilik toko ini yaitu Ibu Julia dan suaminya merasa toko besinya tidak ada kemajuan bahkan dirasa sama sekali tidak ada peningkatan. Akhirnya sekitar tahun 2009 Ibu Julia beserta suami beralih ke usaha mebel berbahan aluminium. Awalnya toko ini hanya terdiri dari satu bangunan ruko saja, lalu selanjutnya dapat meningkat dan bertambah menjadi dua bangunan ruko yang dijadikan sebagai toko mebel. Seiring berjalannya waktu, dari tahun ke tahun pendapatan semakin meningkat sehingga ditahun 2012 bisa menambah satu bangunan lagi dan total dari keseluruhan rukonya menjadi tiga bangunan yang menjadi tempat untuk menjalankan usaha mebelnya.

Toko Julia Jaya beralamatkan di Jalan Kebun Sayur daerah Tembung kota Medan. Toko ini beroperasi setiap hari pukul 08.00-17.00 WIB. Mulanya Toko Julia Jaya mempunyai 2 orang karyawan dan seiring berjalannya waktu pendapatan toko ini diakui semakin meningkat sehingga dapat menambah karyawan menjadi 5 karyawan. Kira-kira tahun 2015 toko mengalami penurunan pendapatan sehingga ada pengurangan karyawan menjadi 3 karyawan. Tetapi setelah dirasa mendapatkan peningkatan lagi toko ini mengembalikan karyawannya menjadi 5 karyawan.

4.1.2 Visi dan Misi Toko Julia Jaya

4.1.2.1 Visi Toko Julia Jaya

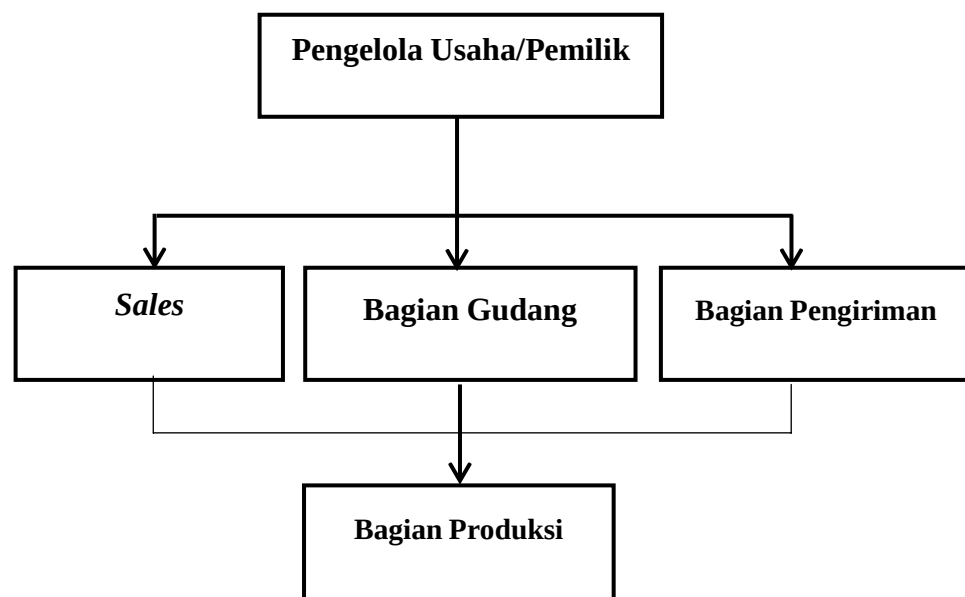
Menjadi toko penyedia barang mebel terlengkap dengan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap.

4.1.2.2 Misi Toko Julia Jaya

Menyediakan produk yang lengkap sesuai katalog untuk memberikan pilihan berbelanja untuk pelanggan.

4.1.3 Struktur Organisasi Toko Julia Jaya

Berdasarkan hasil pengamatan, peneliti menggambarkan struktur organisasi pada Toko Julia Jaya dalam Gambar 4.1 berikut ini.



Sumber: Hasil Pengamatan dan Wawancara, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Toko Julia Jaya

Berikut tugas dari masing – masing jabatan pada struktur organisasi:

1. **Pengelola usaha/pemilik**
Mempunyai kuasa penuh atas Toko Julia Jaya. Pemilik Toko Julia Jaya pula yang membuat aturan untuk keseluruhannya.
2. ***Sales***
Bertugas untuk melayani pelanggan langsung di tempat maupun lewat telepon serta mencatat penjualan.
3. **Bagian gudang**
Bertugas untuk mengatur masuk dan keluar barang yang berada di gudang.
4. **Bagian pengiriman**
Bertugas mengantarkan barang apabila barang tersebut hendak diantar kepada pelanggan yang memesan barang di Toko Julia Jaya.
5. **Bagian produksi**
Melakukan pengecekan bahan baku sebelum diproses dan membuat produk mebel sesuai dengan desain yang ditentukan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden adalah penggambaran mengenai setiap unit yang akan diteliti yang meliputi ciri atau profil responden yang didapat melalui pengolahan data setelah pembagian kuesioner. Dari pembagian kuesioner di Toko Julia Jaya, diperoleh data sebanyak 109 pelanggan sebagai responden penelitian. Data mengenai deskripsi responden yang diperoleh melalui pembagian kuesioner adalah dari jenis kelamin, umur, dan frekuensi mengunjungi Toko Julia Jaya.

Deskripsi 109 pelanggan sebagai responden penelitian dapat dilihat melalui uraian tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki – Laki	28	25,7%
Perempuan	81	74,3%
Total	109	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas diketahui bahwa responden pelanggan dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi, yaitu sebanyak 81 orang atau 74,3% dari jumlah seluruh responden. Sedangkan untuk pelanggan dengan jenis kelamin laki - laki sebanyak 28 orang atau 25,7% dari jumlah seluruh responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan yang lebih banyak disebabkan responden perempuan lebih pintar melihat produk mebel dengan kualitas yang bagus, lebih pintar dalam menawar harga barang, serta lebih banyak memiliki waktu luang sehingga pembelian produk mebel lebih banyak dilakukan oleh responden dengan jenis kelamin perempuan dibandingkan responden laki – laki.

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
Di Bawah 30 Tahun	16	14,7%
31 Tahun sampai 40 Tahun	77	70,6%
41 Tahun sampai 50 Tahun	11	10,1%
Di Atas 50 Tahun	5	4,6%
Total	109	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui responden pelanggan berumur 31 tahun sampai 40 tahun yang lebih mendominasi, yaitu sebanyak 77 orang atau 70,6% dari

jumlah seluruh responden. Responden pelanggan di bawah 30 tahun adalah sebanyak 16 orang atau 14,7%. Responden pelanggan berumur 41 tahun sampai 50 tahun adalah sebanyak 11 orang atau 10,1%, dan responden pelanggan berumur di atas 50 tahun adalah sebanyak 5 orang atau 4,6%. Dapat disimpulkan banyaknya responden berumur 31 tahun sampai 40 tahun disebabkan umur tersebut adalah masa produktif dan kebanyakan pada rentang umur tersebut adalah orang yang pekerjaannya sebagai wirausaha, sehingga dalam memenuhi kelangsungan hidup dan usahanya kebanyakan pada rentang umur tersebutlah yang mengunjungi Toko Julia Jaya untuk melihat produk mebel yang dihasilkan Toko Julia Jaya. Responden pelanggan terendah adalah dengan umur di atas 50 tahun karena kebanyakan pada umur tersebut adalah masa dimana orang sudah tidak terlalu produktif dan lebih banyak menghabiskan waktu di rumah.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sekali Sebulan	84	77,1%
Dua Kali sampai Tiga Kali Sebulan	20	18,3%
Lebih Tiga Kali Sebulan	5	4,6%
Total	109	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi mengunjungi sekali sebulan yang paling mendominasi, yaitu sebanyak 84 orang atau 77,1% dari total responden. Responden dengan frekuensi mengunjungi dua kali sampai tiga kali sebulan adalah sebanyak 20 orang atau 18,3%, dan responden dengan frekuensi mengunjungi lebih tiga kali sebulan adalah sebanyak 5 responden atau 4,6% dari total seluruh responden. Banyaknya responden yang

hanya melakukan kunjungan sekali sebulan disebabkan produk mebel bukanlah kebutuhan primer.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat kelayakan setiap *item* dalam daftar pernyataan untuk mendefinisikan setiap variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataannya di uji validitas. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid (Sujarweni, 2016).

Uji validitas dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada pelanggan sebanyak 30 responden, perhitungan nilai df adalah dengan rumus $df = n - 2$, maka didapatkan nilai $df = 28$. Jika melihat kembali r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} diperoleh dengan memasukkan masing – masing skor *item* dan skor total untuk diolah dengan SPSS 26, berikut hasil pengujian validitas dari setiap variabel:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Toko Julia Jaya mampu menyediakan produk dengan model sesuai keinginan pelanggan.	0,622	0,361	Valid
2.	Toko Julia Jaya mengembangkan bisnis dengan mengikuti perkembangan zaman.	0,448	0,361	Valid
3.	Toko Julia Jaya memproduksi sendiri produk yang mereka jual.	0,635	0,361	Valid
4.	Toko Julia Jaya menghargai setiap gagasan produk baru yang disampaikan pelanggan.	0,615	0,361	Valid
5.	Toko Julia Jaya berusaha menghasilkan produk yang terbaik.	0,518	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
6.	Toko Julia Jaya mampu mengatasi berbagai kesulitan dalam hal variasi produk.	0,571	0,361	Valid
7.	Toko Julia Jaya tidak pernah kehabisan ide dalam mengembangkan variasi model produk.	0,735	0,361	Valid
8.	Toko Julia Jaya mengevaluasi produk yang sudah ada.	0,688	0,361	Valid
9.	Toko Julia Jaya tidak takut untuk mengambil resiko dalam berusaha mengembangkan idenya.	0,658	0,361	Valid
10.	Toko Julia Jaya memperlihatkan kreativitas pada pekerjaannya jika terdapat peluang usaha.	0,785	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari variabel Kreativitas dengan nilai r_{hitung} terbesar adalah pada pernyataan kesepuluh, yaitu sebesar 0,785. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kedua, yaitu sebesar 0,448. Pada Tabel 4.4 juga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₂)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Lokasi Toko Julia Jaya mudah dijangkau.	0,670	0,361	Valid
2.	Lokasi Toko Julia Jaya dinilai strategis.	0,613	0,361	Valid
3.	Tersedianya lahan parkir yang luas di Toko Julia Jaya.	0,829	0,361	Valid
4.	Lahan parkir Toko Julia Jaya nyaman dan bersih.	0,696	0,361	Valid
5.	Toko Julia Jaya terletak di tempat yang mudah dilihat oleh sudut pandang konsumen.	0,794	0,361	Valid
6.	Lingkungan di sekitar Toko Julia Jaya tergolong aman.	0,576	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,829. Sedangkan

untuk nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan keenam, yaitu sebesar 0,576. Pada Tabel 4.5 juga diketahui bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Toko Julia Jaya mudah diajak untuk berdiskusi.	0,638	0,361	Valid
2.	Toko Julia Jaya dapat mengikuti perkembangan model mebel sesuai zaman.	0,778	0,361	Valid
3.	Karyawan di Toko Julia Jaya memiliki pola kerja yang teratur dan teliti.	0,642	0,361	Valid
4.	Toko Julia Jaya selalu memproduksi produk mebel baru.	0,786	0,361	Valid
5.	Saya puas dengan hasil kerja karyawan di Toko Julia Jaya.	0,779	0,361	Valid
6.	Karyawan di Toko Julia Jaya tidak pernah mengeluh kepada pelanggan tentang pekerjaannya.	0,673	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan keempat, yaitu sebesar 0,786. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan pertama, yaitu sebesar 0,638. Pernyataan seluruh variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan bentuk pengujian untuk mengetahui konsistensi responden dalam memberikan pendapatnya terhadap suatu pernyataan yang merupakan dimensi dari variabel yang disusun dalam kuesioner. Syarat pengujian adalah jika nilai Alpha > 0,70 maka reliabel (Sujarweni, 2016). Berikut hasil pengujian reliabilitas setiap variabel pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Kreativitas	0,812	10	Reliabilitas tinggi
Lokasi	0,784	6	Reliabilitas tinggi
Keberhasilan Usaha	0,803	6	Reliabilitas tinggi

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa *Cronbach Alpha* variabel Kreativitas, Lokasi, dan Keberhasilan Usaha memiliki nilai di atas 0,70. Jika melihat kembali syarat pengujian reliabilitas, maka seluruh pernyataan yang digunakan dalam variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,70.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

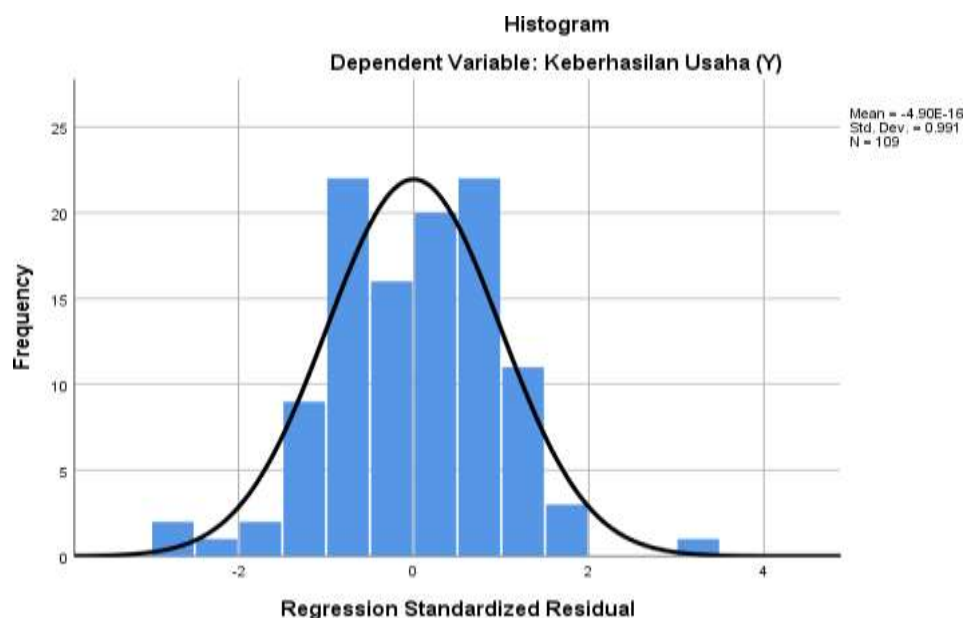
4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian menggunakan uji statistik non – parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K – S) dan analisis grafik histogram serta grafik normal plot. Uji K – S dengan hipotesis berikut ini (Ghozali, 2018):

H_0 : Data residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

H_a : Data residual berdistribusi tidak normal jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

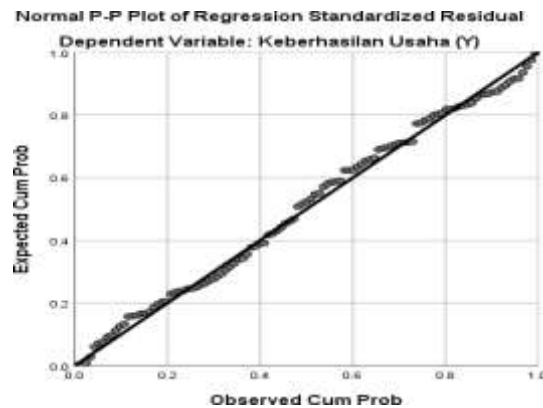
Deteksi normalitas dengan grafik histogram dan grafik normal *probability plot* dijelaskan Ghozali (2018) bahwa jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal karena data tegak lurus di atas angka 0 dan berbentuk simetris sehingga dapat dinyatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Normal *Probability Plot*

Grafik normal *probability plot* menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54131735
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.045
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Diketahui nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dengan nilai 0,200 yang artinya H_0 diterima. Maka disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Untuk deteksi multikolinearitas, peneliti menggunakan VIF dengan ketentuan jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas dalam model regresi (Ghozali, 2018)

Hasil dari pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada penyajian tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kreativitas (X1)	.999	1.001
Lokasi (X2)	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil *output* SPSS diketahui nilai dari tolerance masing – masing variabel bebas lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF seluruh variabel tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas, peneliti menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Uji *Glejser* dengan dasar pengambilan keputusan jika probabilitas signifikansi di atas 0,05, maka disimpulkan model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas (Ghozali, 2018)
2. Grafik Plot, dengan ketentuan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

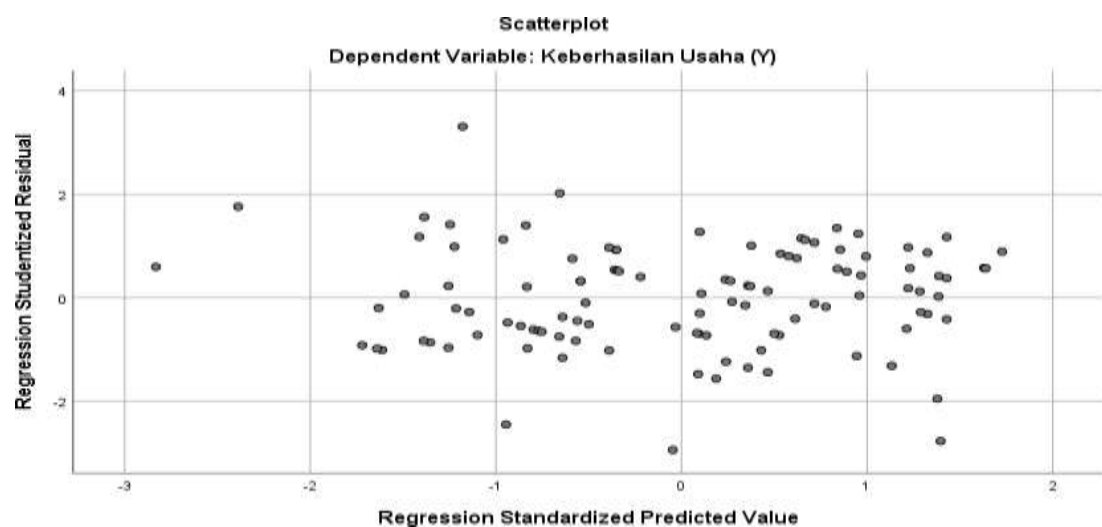
Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		
	Model	Sig.
1	(Constant)	.007
	Kreativitas (X1)	.236
	Lokasi (X2)	.217

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Pada hasil *output* SPSS diketahui nilai signifikansi dari variabel Kreativitas (X_1) sebesar 0,236 dan nilai signifikansi dari variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,217. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi karena nilai signifikansi dari variabel X_1 dan X_2 lebih besar dari 0,05.



Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat terlihat bahwa titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Jika ada lebih dari satu variabel bebas untuk mengestimasi nilai Y, persamaan tingkat pertama persamaan disebut permukaan regresi (Tersiana, 2022):

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

Keterangan:

Y	=	Keberhasilan Usaha (dependent variabel)
X ₁	=	Kreativitas (independent variabel)
X ₂	=	Lokasi (independent variabel)
a	=	Konstanta
b	=	Koefisien regresi variabel independen
e	=	Kesalahan penduga (5%)

Pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	8.308	1.566
Kreativitas (X1)	.365	.036
Lokasi (X2)	.022	.037

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil *output* SPSS tersebut, diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumus berikut:

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 8,308 + 0,365 \text{ Kreativitas} + 0,022 \text{ Lokasi} + e$$

Persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan dalam uraian berikut:

1. Nilai konstanta (a) = 8,308, artinya ketika nilai variabel bebas yaitu Kreativitas (X₁) dan Lokasi (X₂) bernilai 0 maka Keberhasilan Usaha adalah tetap sebesar 8,308.
2. Koefisien b₁X₁ = 0,365, artinya bahwa ketika Kreativitas (X₁) meningkat sebesar 1%, maka Keberhasilan Usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,365.

3. Koefisien $b_2X_2 = 0,022$, artinya bahwa ketika Lokasi (X_2) meningkat sebesar 1%, maka Keberhasilan Usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,022.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual menerangkan variasi variabel *dependen*. Jadi dapat disimpulkan pengujian hipotesis dengan uji t bertujuan mengetahui apakah Kreativitas dan Lokasi berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap Keberhasilan Usaha (Ghozali, 2018).

Ketentuan bentuk pengujian hipotesis dengan uji t dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0$

Kreativitas dan Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0$

Kreativitas dan Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

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

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
2. H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

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

$$df = n - k = 109 - 3 = 106$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah seluruh variabel bebas dan variabel terikat.

Diperoleh besarnya df adalah 106, maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,9826.

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

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	5.305	.000
Kreativitas (X1)	9.995	.000
Lokasi (X2)	.585	.560

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.12, maka terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya nilai *t-constant* adalah sebesar 5,305. Ini artinya signifikansi *intercept* (konstanta regresi) adalah sebesar 5,305.
2. Besarnya t_{hitung} pada Kreativitas (X₁) adalah sebesar 9,995, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $9,995 > 1,9826$ dan dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dalam hal ini H_a diterima

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 , yaitu Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

3. Besarnya t_{hitung} pada Lokasi (X_2) adalah 0,585, dengan tingkat signifikan 0,560. Ini artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu $0,585 < 1,9826$ dan dengan tingkat signifikan $0,560 > 0,05$. Maka dalam hal ini H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 , yaitu Lokasi tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan untuk mengetahui secara keseluruhan pengaruh dari variabel *independent* secara simultan terhadap variabel *dependent* yang ditunjukkan dalam tabel Anova. Dapat disimpulkan pengujian hipotesis uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel X berpengaruh secara simultan atau serempak terhadap variabel Y, yaitu Keberhasilan Usaha (Ghozali, 2018).

Pengujian hipotesis dengan uji F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Adapun ketentuan pengujian hipotesis dengan uji F adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
2. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Dalam menentukan nilai F_{tabel} diperlukan adanya derajat kebebasan dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 109 - 3 = 106$$

Keterangan:

df = Derajat kebebasan (*degree of freedom*)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah seluruh variabel bebas dan variabel terikat.

Df penyebut diketahui sebesar 3,08. Selanjutnya nilai dari F_{tabel} dibandingkan dengan nilai F_{hitung} . Hasil dari F_{hitung} dapat dilihat melalui Tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	657.642	2	328.821	49.972	.000 ^b
Residual	697.496	106	6.580		
Total	1355.138	108			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kreativitas (X1)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , yaitu $49,972 > 3,08$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu Kreativitas dan Lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2018). Berikut hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.485	.476	2.565

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kreativitas (X1)

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu besarnya nilai R adalah 0,697, artinya korelasi variabel Kreativitas dan Lokasi memiliki nilai positif dan hubungan yang kuat terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 0,697. Diperoleh nilai *R square* sebesar 0,485, artinya Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan variabel Kreativitas dan Lokasi sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau faktor - faktor lain yang berasal dari luar model penelitian. Diperoleh nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang telah terkorelasi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel maupun ukuran sampel adalah sebesar 0,476, yang artinya besarnya pengaruh dari variabel Kreativitas dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha adalah sebesar 47,6% dan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak

diteliti dalam penelitian ini atau faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian. Nilai *Standart error of Estimate* sebesar 2,565, artinya nilai penyimpangan antara persamaan regresi dengan nilai variabel terikat riilnya sebesar 2,565 satuan variabel terikat.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari pengujian hipotesis secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada Kreativitas (X_1) adalah sebesar 9,995, dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu $9,995 > 1,9826$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X_1), yaitu Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka Kreativitas menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dari Toko Julia Jaya dikarenakan ketika Kreativitas pada Toko Julia Jaya mengalami kenaikan yang diikuti oleh adanya perbaikan dan peningkatan dari sebelumnya dalam hal Kreativitas maka Keberhasilan Usaha juga meningkat. Jika pemilik Toko Julia Jaya tidak memiliki pemikiran yang kreatif, maka bisnis yang dijalankan tidak akan bisa bersaing dan mencapai keberhasilan. Oleh sebab itu, kreativitas sangat diperlukan oleh pemilik Toko Julia Jaya dalam menjalankan usaha untuk mengatasi konsumen yang cenderung mudah merasa jenuh terhadap produk yang dilihat memiliki tampilan yang monoton. Jika pemilik Toko Julia Jaya bisa mengimbangi selera

konsumen dengan ide – ide kreativitasnya tersebut, maka sudah pastinya bisnis yang dijalankan akan tetap terus bertahan di pasar persaingan bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Gemina dan Sri Harini (2021) dengan judul penelitian Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan di Priangan Barat: Pendekatan Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha industri mikro kecil menengah makanan ringan di Priangan Barat.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azizah dan Ma'rifah (2017) dengan judul penelitian Motivasi Usaha sebagai Mediator Hubungan antara Perilaku Inovatif dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Batik Tulis di Kabupaten Kebumen dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pengusaha batik tulis di Kabupaten Kebumen.

Dengan demikian, Kreativitas yang meningkat tentu saja akan menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian produk mebel. Semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian, maka semakin tinggi laba yang diperoleh pemilik Toko Julia Jaya sehingga dalam hal ini keberhasilan usaha dapat tercapai.

4.3.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Dari pengujian secara parsial (uji – t) diketahui bahwa besarnya t_{hitung} pada variabel Lokasi (X_2) adalah sebesar 0,585, dan dengan tingkat signifikan 0,560. Ini artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu $0,585 < 1,9826$ dan dengan tingkat signifikan $0,560 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa lokasi dari Toko Julia Jaya bukan merupakan hal utama yang menghambat Keberhasilan Usaha dari Toko Julia Jaya. Akan tetapi, Lokasi tetap memberikan pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dari Toko Julia Jaya karena diketahui ketika Lokasi mengalami kenaikan sebesar 1%, maka Keberhasilan Usaha juga akan mengalami peningkatan sebesar 2,2%.

Lokasi dalam menjalankan usaha diharapkan dapat memenuhi harapan pemilik Toko Julia Jaya untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan. Pemilihan lokasi usaha yang tidak tepat akan menghambat kinerja bisnis dan hal ini tentu saja juga akan berimbas terhadap keberhasilan pemilik usaha dalam mendapatkan keuntungan maksimal.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sandra Fitriyani, Trisna Murni, dan Sri Warsono (2019) dengan judul penelitian Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa

variabel bebas yaitu Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil.

Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuril Iksyaniyah dan Yoyok Soesatyo (2015) dengan judul penelitian Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Lokasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pedagang kaki lima di Pasar Baru Krian Sidoarjo.

Dengan demikian, Lokasi yang meningkat tentu saja akan meningkatkan juga tingkat penjualan Toko Julia Jaya. Hal ini disebabkan dengan lokasi usaha yang bagus dapat membuat konsumen yang hendak mencari produk mebel langsung tertuju kepada Toko Julia Jaya sehingga dalam hal ini dapat dikatakan Lokasi memiliki keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha dari Toko Julia Jaya.

4.3.3 Pengaruh Kreativitas dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis secara simultan diketahui bahwa hasil uji – F menunjukkan variabel Kreativitas dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

Berdasarkan hasil *R Square*, Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan variabel Kreativitas dan Lokasi sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepemimpinan, modal usaha, pengalaman usaha, harga, perilaku wirausaha, dan keberanian mengambil risiko.

Dengan begitu, maka Kreativitas dan Lokasi secara bersamaan atau secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dari Toko Julia Jaya dikarenakan dengan adanya Kreativitas dari pemilik usaha yang disalurkan melalui produk mebel yang dijual akan menumbuhkan ketertarikan dan motivasi yang kuat dari konsumen untuk melakukan pembelian. Lokasi usaha dari Toko Julia Jaya yang kurang bagus, seperti letak usaha yang jauh dari pusat kota serta kurangnya lahan parkir juga dapat mengurangi minat dan motivasi dari konsumen untuk berkunjung.

Seperti yang telah dinyatakan oleh Manik, dkk (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Unikitz Bersatu *Group* Cabang Medan, yang menyatakan bahwa meningkatnya keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dapat disebabkan oleh motivasi yang kuat dari konsumen tersebut untuk melakukan pembelian. Di mana perusahaan yang dapat mengetahui kepentingan dan kebutuhan konsumen akan dapat dengan mudah membuat berbagai strategi dalam membuat konsumen termotivasi untuk melakukan pembelian (Manik, dkk). Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan untuk menumbuhkan motivasi konsumen yang kuat dalam melakukan pembelian, diharapkan pemilik Toko Julia Jaya dapat lebih memperhatikan kreativitas dari produk mebel yang dijual serta lokasi usaha agar tingkat penjualan dapat ditingkatkan sehingga hal ini juga akan berimbas terhadap keberhasilan usaha pada Toko Julia Jaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novits Ekasari dan Nurhasanah (2018) dengan judul penelitian Pengaruh

Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi Usaha dan Kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di kawasan wisata Gentala Arasy kota Jambi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi Gemina dan Sri Harini (2021) dengan judul penelitian Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah Makanan Ringan di Priangan Barat: Pendekatan Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Usaha, Manajemen Usaha, Kreativitas, dan Inovasi baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha industri mikro kecil menengah makanan ringan di Priangan Barat.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat dibuat beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Hasil penelitian dalam analisis regresi linier berganda mengandung arti jika masing – masing variabel bebas tidak bernilai, maka Keberhasilan Usaha adalah sebesar konstanta.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.
5. Mengacu pada hasil koefisien determinasi atau *R square* diketahui bahwa variabel bebas yaitu Kreativitas dan Lokasi dapat menjelaskan keterkaitan dengan Keberhasilan Usaha pada Toko Julia Jaya.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah peneliti lakukan, maka hasil implikasi yang dapat diberikan kepada Toko Julia Jaya adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Toko Julia Jaya harus mempertahankan dan memperhatikan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha dengan cara:
 - a. Pemilik Toko Julia Jaya dapat mempertahankan kreativitasnya dalam menciptakan gagasan baru seperti lebih banyak memproduksi sendiri produk mebel yang disesuaikan dengan minat konsumen sehingga dengan hal ini dapat meningkatkan pembelian konsumen serta kedepannya bisa membuat bisnis yang dijalankan lebih berkembang dan memperoleh laba usaha yang lebih tinggi.
 - b. Pemilik Toko Julia Jaya dapat memperhatikan perilakunya agar tidak takut untuk mengambil risiko dalam berusaha mengembangkan idenya, seperti dalam hal menghasilkan kreativitas produk mebel hasil produksi sendiri yang lebih beragam sehingga konsumen yang datang berkunjung bisa dihadapkan dengan berbagai alternatif produk mebel serta bisa memilih produk mebel yang diinginkan oleh konsumen tersebut.
2. Pemilik Toko Julia Jaya perlu mempertahankan dan memperhatikan Lokasi tempat menjalankan usaha terhadap Keberhasilan Usaha yang dirintis, dengan memperhatikan:

- a. Pemilik Toko Julia Jaya dapat mempertahankan lokasi usaha yang mudah dijangkau sehingga konsumen yang ingin melakukan pembelian produk mebel bisa langsung tertuju ke Toko Julia Jaya.
- b. Pemilik Toko Julia Jaya dapat memperhatikan lingkungan usaha dari Toko Julia Jaya agar lebih mudah dilihat oleh sudut pandang konsumen, dengan cara memasang spanduk nama atau tiang nama usaha serta memajang produk mebel yang dijual di teras ruko sehingga calon konsumen yang hendak membeli produk mebel dapat langsung tertuju ke Toko Julia Jaya dan melakukan pembelian.

5.3 Saran Akademis

Saran akademis yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Menambah Variabel Penelitian

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian yang telah peneliti lakukan saat ini, disarankan dapat melanjutkan penelitian ini menggunakan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha, seperti inovasi, gaya kepemimpinan, perilaku kewirausahaan, keunggulan bersaing, motivasi usaha, dan minat usaha.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian kuesioner hanya diambil dari beberapa konsumen saja. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dari responden yang diteliti.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, peneliti hanya mengambil 109 pelanggan sebagai responden penelitian. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meningkatkan jumlah sampel penelitian sehingga lebih mewakili keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.

- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.

Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 Kuesioner

PENGARUH KREATIVITAS DAN LOKASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA TOKO JULIA JAYA

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner penelitian saya dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan
3. Umur : ☐ Di Bawah 30 Tahun
☐ 31 Tahun s/d 40 Tahun
☐ 41 Tahun s/d 50 Tahun
☐ Di Atas 50 Tahun
4. Frekuensi Mengunjungi : ☐ Sekali Sebulan
☐ Dua Kali sampai Tiga Kali Sebulan
☐ Lebih Tiga Kali Sebulan

Petunjuk dalam pengisian kuesioner

Bapak/Ibu diharapkan hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Pilihan jawaban: SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. KREATIVITAS (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kebaruan Perspektif dalam Melihat Situasi						
1.	Toko Julia Jaya mampu menyediakan produk dengan model sesuai keinginan pelanggan.					
2.	Toko Julia Jaya mengembangkan bisnis dengan mengikuti perkembangan zaman.					
Keaslian Gagasan						
3.	Toko Julia Jaya memproduksi sendiri produk yang mereka jual.					
4.	Toko Julia Jaya menghargai setiap gagasan produk baru yang disampaikan pelanggan.					
Kelancaran Menghasilkan Gagasan						
5.	Toko Julia Jaya berusaha menghasilkan produk yang terbaik.					
6.	Toko Julia Jaya mampu mengatasi berbagai kesulitan dalam hal variasi produk.					
Kelenturan Mengembangkan Gagasan						
7.	Toko Julia Jaya tidak pernah kehabisan ide dalam mengembangkan variasi model produk.					
8.	Toko Julia Jaya mengevaluasi produk yang sudah ada.					
Kelengkapan dalam Mengembangkan Gagasan						
9.	Toko Julia Jaya tidak takut untuk mengambil resiko dalam berusaha mengembangkan idenya.					
10.	Toko Julia Jaya memperlihatkan kreativitas pada pekerjaannya jika terdapat peluang usaha.					

2. Lokasi (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Akses						
1.	Lokasi Toko Julia Jaya mudah dijangkau.					
2.	Lokasi Toko Julia Jaya dinilai strategis.					
Tempat Parkir						
3.	Tersedianya lahan parkir yang luas di Toko Julia Jaya.					
4.	Lahan parkir Toko Julia Jaya nyaman dan bersih.					
Lingkungan						
5.	Toko Julia Jaya terletak di tempat yang mudah dilihat oleh sudut pandang konsumen.					
6.	Lingkungan di sekitar Toko Julia Jaya tergolong aman.					

3. Keberhasilan Usaha (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Kemampuan Menyesuaikan Diri						
1.	Toko Julia Jaya mudah diajak untuk berdiskusi.					
2.	Toko Julia Jaya dapat mengikuti perkembangan model mebel sesuai zaman.					
Produktivitas						
3.	Karyawan di Toko Julia Jaya memiliki pola kerja yang teratur dan teliti.					
4.	Toko Julia Jaya selalu memproduksi produk mebel baru.					
Kepuasan Kerja						
5.	Saya puas dengan hasil kerja karyawan di Toko Julia Jaya.					
6.	Karyawan di Toko Julia Jaya tidak pernah mengeluh kepada pelanggan tentang pekerjaannya.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pernyataan Kreativitas (X1)

No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X110	Total
1	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	45
6	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
7	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	41
12	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
14	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
15	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
16	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
22	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
23	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
24	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
28	2	5	5	4	1	2	4	5	5	5	38
29	5	5	5	4	3	3	5	4	5	5	44
30	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37

Pernyataan Lokasi (X2)

No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	5	5	5	5	29
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	4	4	4	4	24

Pernyataan Lokasi (X2)							
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
9	4	3	4	5	5	5	26
10	4	4	5	5	5	5	28
11	4	3	3	4	1	5	20
12	4	5	4	4	5	5	27
13	4	4	4	5	3	5	25
14	4	5	5	5	4	5	28
15	5	4	3	4	5	5	26
16	5	4	5	4	5	5	28
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	3	23
19	5	5	4	4	4	4	26
20	5	3	5	5	5	5	28
21	4	4	4	3	4	5	24
22	4	4	5	4	4	5	26
23	4	5	5	5	5	5	29
24	4	3	4	5	4	5	25
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	4	4	4	5	26
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24

Pernyataan Keberhasilan Usaha (Y)							
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total
1	3	1	1	2	1	1	9
2	5	4	5	4	5	4	27
3	3	1	3	2	3	2	14
4	3	3	3	3	1	1	14
5	3	1	3	3	3	3	16
6	2	3	2	3	2	3	15
7	3	4	1	4	3	1	16
8	3	3	3	3	1	3	16
9	3	4	3	4	4	4	22
10	3	5	2	5	5	5	25
11	3	1	3	1	3	1	12
12	2	4	2	4	1	4	17
13	5	4	5	4	5	1	24
14	4	5	4	5	4	5	27
15	5	4	1	5	1	4	20
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	4	5	4	5	28
18	5	1	5	5	1	1	18
19	4	5	4	5	4	5	27
20	5	4	5	4	5	4	27

Pernyataan Keberhasilan Usaha (Y)							
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	4	3	4	3	4	21
23	3	2	3	2	1	2	13
24	3	3	3	3	3	1	16
25	3	4	4	4	4	4	23
26	3	4	3	4	1	4	19
27	2	4	2	4	2	4	18
28	2	4	3	4	1	1	15
29	4	5	5	5	5	1	25
30	2	4	3	4	3	4	20

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Kreativitas (X1)

[illegible]

X16	Pearson Correlation	.343	-.082	.028	.122	.748**	1	.277	.203	.187	.221	.571*
	Sig. (2-tailed)	.063	.667	.883	.522	.000		.138	.283	.323	.240	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X17	Pearson Correlation	.411*	.391*	.622**	.462*	.197	.277	1	.460*	.446*	.545*	.735*
	Sig. (2-tailed)	.024	.033	.000	.010	.296	.138		.010	.014	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X18	Pearson Correlation	.305	.283	.483**	.600**	.029	.203	.460*	1	.538*	.741*	.688*
	Sig. (2-tailed)	.101	.130	.007	.000	.879	.283	.010		.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X19	Pearson Correlation	.296	.317	.465**	.343	.031	.187	.446*	.538**	1	.807*	.658*
	Sig. (2-tailed)	.113	.088	.010	.064	.870	.323	.014	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X110	Pearson Correlation	.362*	.496**	.630**	.462*	.018	.221	.545**	.741**	.807*	1	.785*
	Sig. (2-tailed)	.049	.005	.000	.010	.925	.240	.002	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.622**	.448*	.635**	.615**	.518**	.571**	.735**	.688**	.658*	.785*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.000	.000	.003	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kreativitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	10

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X2)

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
X21	Pearson Correlation	1	.344	.387*	.325	.479**	.384*	.670**
	Sig. (2-tailed)		.063	.035	.080	.007	.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.344	1	.468**	.189	.414*	.080	.613**
	Sig. (2-tailed)	.063		.009	.317	.023	.675	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.387*	.468**	1	.606**	.612**	.375*	.829**
	Sig. (2-tailed)	.035	.009		.000	.000	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.325	.189	.606**	1	.395*	.484**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.080	.317	.000		.031	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	.479**	.414*	.612**	.395*	1	.245	.794**
	Sig. (2-tailed)	.007	.023	.000	.031		.193	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	.384*	.080	.375*	.484**	.245	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.036	.675	.041	.007	.193		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.670**	.613**	.829**	.696**	.794**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	6

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keberhasilan Usaha (Y)

Correlations

		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total
Y11	Pearson Correlation	1	.211	.623**	.455*	.474**	.163	.638**
	Sig. (2-tailed)		.262	.000	.011	.008	.390	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.211	1	.222	.779**	.491**	.596**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.262		.238	.000	.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.623**	.222	1	.329	.580**	.105	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.238		.076	.001	.579	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.455*	.779**	.329	1	.373*	.530**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.076		.042	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y15	Pearson Correlation	.474**	.491**	.580**	.373*	1	.352	.779**
	Sig. (2-tailed)	.008	.006	.001	.042		.057	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y16	Pearson Correlation	.163	.596**	.105	.530**	.352	1	.673**
	Sig. (2-tailed)	.390	.001	.579	.003	.057		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.638**	.778**	.642**	.786**	.779**	.673**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden

Nomor Butir Kuesioner - Kreativitas (X1)											
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X110	Total
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	3	3	3	5	4	5	5	4	5	40
3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	27
4	4	4	2	2	2	2	2	4	3	5	30
5	4	4	4	4	4	4	1	1	1	2	29
6	5	5	5	4	5	1	1	1	1	1	29
7	4	5	5	5	3	2	2	2	2	4	34
8	4	4	5	4	5	2	2	2	2	2	32
9	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
11	4	4	4	4	5	1	1	1	1	2	27
12	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	22
13	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
14	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44
15	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
16	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
17	4	4	5	5	2	4	5	5	5	5	44
18	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	47
19	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	43
20	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	44
21	5	5	5	5	5	3	5	3	1	2	39
22	5	5	5	3	2	2	2	2	2	5	33
23	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	28
24	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	35
25	4	4	4	3	2	2	2	2	2	4	29
26	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	34
27	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	30
28	4	4	5	3	4	4	1	1	1	4	31

Nomor Butir Kuesioner - Kreativitas (X1)											
No.	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X110	Total
75	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
76	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
77	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	30
78	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
79	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
80	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	32
81	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
82	5	4	4	4	4	5	3	2	2	3	36
83	4	5	5	5	2	2	2	2	2	3	32
84	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
85	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	33
86	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
87	4	5	5	3	3	3	3	3	3	2	34
88	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
89	5	5	5	5	5	5	4	2	2	3	41
90	5	5	5	5	2	1	1	1	1	2	28
91	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	43
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
94	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
95	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	41
96	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
97	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
98	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
99	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
100	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
101	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4	40
102	4	4	3	3	4	4	1	1	1	2	27
103	4	4	4	5	4	2	2	2	1	2	30
104	3	4	4	4	4	5	1	1	1	2	29
105	5	5	2	1	1	1	1	1	1	1	19
106	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	34
107	4	4	4	4	5	2	2	2	2	3	32
108	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	36
109	4	4	5	4	5	5	5	5	2	3	42

Nomor Butir Kuesioner - Lokasi (X2)							
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
1	2	2	2	2	2	3	13
2	5	3	3	3	3	5	22
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	4	3	5	5	26
5	4	4	4	4	5	4	25
6	5	3	2	1	1	2	14
7	4	2	1	1	1	2	11

Nomor Butir Kuesioner - Lokasi (X2)							
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
8	4	2	1	1	1	2	11
9	4	1	1	1	1	2	10
10	2	2	2	1	1	2	10
11	4	2	2	2	2	3	15
12	2	2	2	2	2	4	14
13	2	2	2	2	2	2	12
14	2	2	2	2	2	3	13
15	2	4	4	4	4	3	21
16	4	2	1	1	1	2	11
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	2	5	4	3	5	24
19	1	1	1	1	1	1	6
20	4	5	2	2	2	2	17
21	2	1	2	2	2	3	12
22	1	2	2	2	1	2	10
23	4	5	2	1	1	2	15
24	5	5	4	2	5	5	26
25	3	4	5	4	5	5	26
26	4	5	4	4	5	5	27
27	4	5	5	2	3	2	21
28	4	5	4	4	4	4	25
29	4	4	5	4	1	2	20
30	4	5	4	4	4	4	25
31	1	1	1	1	1	1	6
32	3	2	3	3	3	3	17
33	5	1	1	1	1	2	11
34	1	1	1	1	1	2	7
35	4	4	4	4	4	2	22
36	4	5	1	1	1	2	14
37	3	3	5	4	4	4	23
38	4	5	4	4	4	4	25
39	4	5	4	3	5	5	26
40	4	5	4	5	5	5	28
41	4	5	5	4	5	5	28
42	5	2	2	2	2	3	16
43	5	5	5	5	4	4	28
44	5	3	2	2	2	3	17
45	4	5	2	2	2	3	18
46	1	1	1	1	1	1	6
47	3	2	2	1	1	2	11
48	5	1	1	1	1	2	11
49	2	3	3	5	4	5	22
50	4	5	5	5	4	5	28
51	2	1	1	1	2	3	10
52	4	5	4	4	3	4	24
53	4	4	4	4	5	5	26

Nomor Butir Kuesioner - Lokasi (X2)							
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
54	5	2	2	2	2	2	15
55	3	3	4	4	4	3	21
56	4	2	1	1	1	2	11
57	5	3	3	3	2	3	19
58	2	2	2	3	3	4	16
59	2	2	2	2	3	2	13
60	4	4	4	5	5	5	27
61	1	1	1	1	1	1	6
62	5	5	5	4	4	4	27
63	3	2	2	2	3	4	16
64	4	4	4	5	5	5	27
65	5	5	4	3	3	3	23
66	1	2	2	2	1	2	10
67	5	1	1	1	1	2	11
68	3	4	4	4	4	4	23
69	2	2	2	2	2	3	13
70	4	5	3	3	3	3	21
71	2	2	1	1	1	1	8
72	4	3	3	3	3	4	20
73	3	2	2	1	1	2	11
74	2	1	2	2	2	3	12
75	3	2	2	2	2	3	14
76	3	2	1	2	1	2	11
77	3	2	2	2	1	2	12
78	5	4	3	3	3	4	22
79	4	5	4	4	4	4	25
80	4	3	4	4	4	4	23
81	4	5	4	4	4	4	25
82	3	2	2	2	1	2	12
83	4	4	4	4	3	3	22
84	3	2	2	2	2	2	13
85	4	3	4	1	1	2	15
86	4	4	4	5	5	4	26
87	2	2	1	1	1	2	9
88	4	2	2	2	2	3	15
89	2	1	1	1	1	1	7
90	5	5	5	5	4	3	27
91	3	2	2	5	5	4	21
92	4	4	5	5	3	4	25
93	2	1	1	2	2	3	11
94	4	4	4	3	3	4	22
95	2	1	1	1	1	3	9
96	3	4	3	3	3	3	19
97	5	3	3	3	2	3	19
98	2	1	1	1	2	3	10
99	5	5	2	2	2	3	19

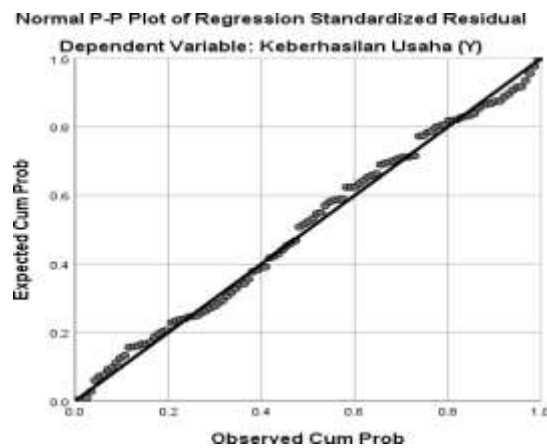
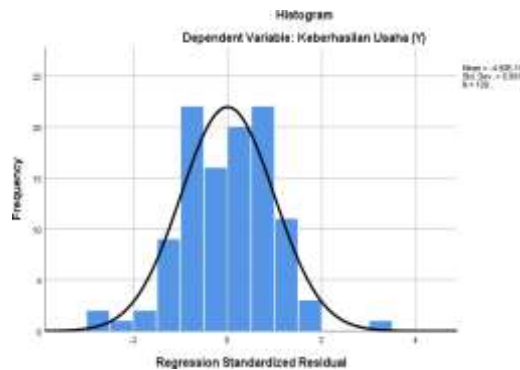
Nomor Butir Kuesioner - Lokasi (X2)							
No.	X21	X22	X23	X24	X25	X26	Total
100	2	1	1	1	1	3	9
101	3	2	2	2	2	3	14
102	1	1	1	1	1	1	6
103	3	2	3	3	3	3	17
104	2	1	1	1	2	3	10
105	3	2	2	2	3	2	14
106	3	3	4	4	3	3	20
107	5	5	2	2	2	3	19
108	1	1	1	1	1	1	6
109	3	2	2	2	2	4	15

Nomor Butir Kuesioner - Keberhasilan Usaha (Y)							
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total
1	3	3	3	3	4	3	19
2	5	3	3	4	3	5	23
3	3	3	3	2	2	3	16
4	4	3	3	3	2	3	18
5	4	4	2	2	2	3	17
6	5	4	4	1	1	2	17
7	4	4	4	3	3	2	20
8	4	5	2	3	3	2	19
9	4	5	5	5	4	1	24
10	3	4	5	5	5	4	26
11	4	3	2	2	2	3	16
12	2	4	4	4	4	3	21
13	4	5	5	5	5	3	27
14	4	5	5	5	4	4	27
15	5	4	4	5	5	5	28
16	5	5	5	5	5	4	29
17	5	5	5	5	4	4	28
18	5	2	2	3	3	4	19
19	3	5	5	5	5	4	27
20	5	4	4	4	4	5	26
21	3	4	4	4	4	4	23
22	3	3	3	3	4	3	19
23	5	5	2	2	2	3	19
24	5	4	3	1	5	5	23
25	3	4	5	4	3	4	23
26	4	5	4	2	2	3	20
27	4	5	2	3	3	2	19
28	4	5	4	4	3	3	23
29	4	5	5	5	4	3	26
30	4	5	4	2	2	3	20
31	3	4	4	4	4	2	21

Nomor Butir Kuesioner - Keberhasilan Usaha (Y)							
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total
32	3	4	4	4	4	4	23
33	5	5	5	5	5	1	26
34	3	4	4	4	5	4	24
35	4	4	4	4	4	2	22
36	3	5	5	5	5	4	27
37	4	4	4	5	5	5	27
38	4	5	5	5	4	4	27
39	4	5	4	3	5	5	26
40	4	5	4	5	4	4	26
41	4	5	5	4	4	4	26
42	4	4	5	5	5	5	28
43	5	5	5	5	5	4	29
44	4	4	5	5	5	5	28
45	4	4	5	5	5	5	28
46	2	5	5	5	5	4	26
47	4	4	5	5	5	4	27
48	5	4	4	4	4	4	25
49	2	3	3	5	3	5	21
50	4	2	2	2	2	3	15
51	3	3	3	1	1	3	14
52	4	5	4	4	3	2	22
53	3	3	4	4	4	4	22
54	5	2	3	4	4	3	21
55	3	3	3	3	4	3	19
56	4	3	3	3	3	2	18
57	5	3	3	3	2	3	19
58	3	3	2	3	3	4	18
59	2	2	4	4	4	3	19
60	4	3	3	3	3	5	21
61	2	3	3	4	4	3	19
62	5	5	3	2	2	3	20
63	5	5	3	2	5	5	25
64	4	4	3	3	5	5	24
65	5	5	4	3	2	3	22
66	3	4	4	4	5	4	24
67	5	5	4	3	3	2	22
68	3	4	3	4	4	4	22
69	1	4	5	5	5	4	24
70	4	5	4	4	5	4	26
71	3	4	4	5	5	4	25
72	4	3	4	3	5	5	24
73	3	4	4	4	3	4	22
74	4	5	5	4	4	3	25
75	4	5	4	4	4	3	24
76	4	4	4	4	4	3	23
77	4	4	4	4	4	2	22

Nomor Butir Kuesioner - Keberhasilan Usaha (Y)							
No.	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total
78	5	4	3	3	3	4	22
79	4	5	4	4	3	3	23
80	4	3	4	2	2	3	18
81	4	5	3	3	3	3	21
82	3	4	4	4	4	4	23
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	3	3	3	21
85	4	3	4	2	3	3	19
86	4	4	4	3	3	3	21
87	3	4	3	3	3	3	19
88	4	3	3	4	4	3	21
89	3	4	4	4	3	2	20
90	5	5	3	3	3	4	23
91	3	3	3	5	5	5	24
92	4	4	5	5	3	3	24
93	4	5	5	5	5	4	28
94	4	3	5	5	5	5	27
95	3	4	5	5	5	4	26
96	3	5	5	5	3	3	24
97	5	3	3	3	3	3	20
98	2	2	4	4	4	3	19
99	4	3	3	4	4	5	23
100	3	4	5	5	5	4	26
101	4	4	4	4	4	3	23
102	2	3	3	3	3	2	16
103	4	5	5	5	5	4	28
104	3	3	3	3	2	3	17
105	3	2	2	2	4	4	17
106	3	3	4	4	3	3	20
107	5	5	2	2	2	3	19
108	3	4	4	4	5	4	24
109	4	5	5	5	4	3	26

Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54131735
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.045
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kreativitas (X1)	.999	1.001
Lokasi (X2)	.999	1.001

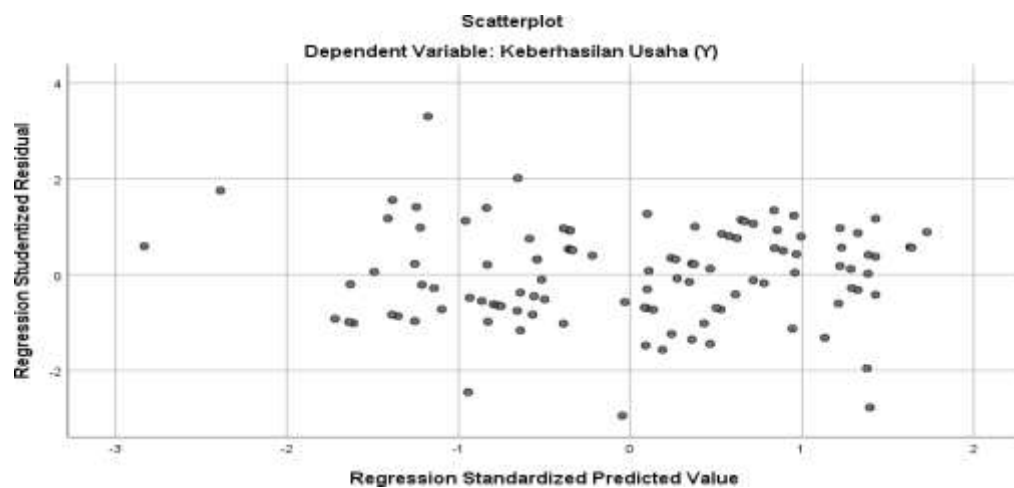
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Lampiran 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Sig.
	(Constant)	.007
	Kreativitas (X1)	.236
	Lokasi (X2)	.217

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	8.308	1.566
Kreativitas (X1)	.365	.036
Lokasi (X2)	.022	.037

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Lampiran 14 Hasil Pengujian Parsial (Uji – t)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	5.305	.000
Kreativitas (X1)	9.995	.000
Lokasi (X2)	.585	.560

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Lampiran 15 Hasil Pengujian Simultan (Uji – F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	657.642	2	328.821	49.972	.000 ^b
	Residual	697.496	106	6.580		
	Total	1355.138	108			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kreativitas (X1)

Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.485	.476	2.565

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Kreativitas (X1)

Lampiran 17 Tabel t dan r

df	tabel t one tail	tabel t two tail	tabel r one tail	tabel r two tail
1	6.3138	12.7062	0.9877	0.9969
2	2.9200	4.3027	0.9000	0.9600
3	2.3534	3.1824	0.8054	0.8783
4	2.1318	2.7764	0.7293	0.8114
5	2.0150	2.5706	0.6694	0.7545
6	1.9432	2.4469	0.6215	0.7067
7	1.8946	2.3646	0.5822	0.6664
8	1.8595	2.3060	0.5494	0.6319
9	1.8331	2.2622	0.5214	0.6021
10	1.8125	2.2281	0.4973	0.5760
11	1.7959	2.2010	0.4762	0.5529
12	1.7823	2.1788	0.4575	0.5324
13	1.7709	2.1604	0.4409	0.5140
14	1.7613	2.1448	0.4259	0.4973
15	1.7531	2.1314	0.4124	0.4821
16	1.7459	2.1199	0.4000	0.4683
17	1.7396	2.1098	0.3887	0.4555
18	1.7341	2.1009	0.3783	0.4438
19	1.7291	2.0930	0.3687	0.4329
20	1.7247	2.0860	0.3598	0.4227
21	1.7207	2.0796	0.3515	0.4132
22	1.7171	2.0739	0.3438	0.4044
23	1.7139	2.0687	0.3365	0.3961
24	1.7109	2.0639	0.3297	0.3882
25	1.7081	2.0595	0.3233	0.3809
26	1.7056	2.0555	0.3172	0.3739
27	1.7033	2.0518	0.3115	0.3673
28	1.7011	2.0484	0.3061	0.3610
29	1.6991	2.0452	0.3009	0.3550
30	1.6973	2.0423	0.2960	0.3494
31	1.6955	2.0395	0.2913	0.3440
32	1.6939	2.0369	0.2869	0.3388
33	1.6924	2.0345	0.2826	0.3338
34	1.6909	2.0322	0.2785	0.3291
35	1.6896	2.0301	0.2746	0.3246
36	1.6883	2.0281	0.2709	0.3202
37	1.6871	2.0262	0.2673	0.3160
38	1.6860	2.0244	0.2638	0.3120
39	1.6849	2.0227	0.2605	0.3081
40	1.6839	2.0211	0.2573	0.3044
41	1.6829	2.0195	0.2542	0.3008
42	1.6820	2.0181	0.2512	0.2973
43	1.6811	2.0167	0.2483	0.2940
44	1.6802	2.0154	0.2455	0.2907
45	1.6794	2.0141	0.2429	0.2876
46	1.6787	2.0129	0.2403	0.2845
47	1.6779	2.0117	0.2377	0.2816
48	1.6772	2.0106	0.2353	0.2787
49	1.6766	2.0096	0.2329	0.2759
50	1.6759	2.0086	0.2306	0.2732
51	1.6753	2.0076	0.2284	0.2706
52	1.6747	2.0066	0.2262	0.2681
53	1.6741	2.0057	0.2241	0.2656
54	1.6736	2.0049	0.2221	0.2632
55	1.6730	2.0040	0.2201	0.2609
56	1.6725	2.0032	0.2181	0.2586
57	1.6720	2.0025	0.2162	0.2564
58	1.6716	2.0017	0.2144	0.2542
59	1.6711	2.0010	0.2126	0.2521
60	1.6706	2.0003	0.2108	0.2500
61	1.6702	1.9996	0.2091	0.2480
62	1.6698	1.9990	0.2075	0.2461
63	1.6694	1.9983	0.2058	0.2441
64	1.6690	1.9977	0.2042	0.2423
65	1.6686	1.9971	0.2027	0.2404

66	1.6683	1.9966	0.2012	0.2387
67	1.6679	1.9960	0.1997	0.2369
68	1.6676	1.9955	0.1982	0.2352
69	1.6672	1.9949	0.1968	0.2335
70	1.6669	1.9944	0.1954	0.2319
71	1.6666	1.9939	0.1940	0.2303
72	1.6663	1.9935	0.1927	0.2287
73	1.6660	1.9930	0.1914	0.2272
74	1.6657	1.9925	0.1901	0.2257
75	1.6654	1.9921	0.1888	0.2242
76	1.6652	1.9917	0.1876	0.2227
77	1.6649	1.9913	0.1864	0.2213
78	1.6646	1.9908	0.1852	0.2199
79	1.6644	1.9905	0.1841	0.2185
80	1.6641	1.9901	0.1829	0.2172
81	1.6639	1.9897	0.1818	0.2159
82	1.6636	1.9893	0.1807	0.2146
83	1.6634	1.9890	0.1796	0.2133
84	1.6632	1.9886	0.1786	0.2120
85	1.6630	1.9883	0.1775	0.2108
86	1.6628	1.9879	0.1765	0.2096
87	1.6626	1.9876	0.1755	0.2084
88	1.6624	1.9873	0.1745	0.2072
89	1.6622	1.9870	0.1735	0.2061
90	1.6620	1.9867	0.1726	0.2050
91	1.6618	1.9864	0.1716	0.2039
92	1.6616	1.9861	0.1707	0.2028
93	1.6614	1.9858	0.1698	0.2017
94	1.6612	1.9855	0.1689	0.2006
95	1.6611	1.9853	0.1680	0.1996
96	1.6609	1.9850	0.1671	0.1986
97	1.6607	1.9847	0.1663	0.1975
98	1.6606	1.9845	0.1654	0.1966
99	1.6604	1.9842	0.1646	0.1956
100	1.6602	1.9840	0.1638	0.1946
101	1.6601	1.9837	0.1630	0.1937
102	1.6599	1.9835	0.1622	0.1927
103	1.6598	1.9833	0.1614	0.1918
104	1.6596	1.9830	0.1606	0.1909
105	1.6595	1.9828	0.1599	0.1900
106	1.6594	1.9826	0.1591	0.1891
107	1.6592	1.9824	0.1584	0.1882
108	1.6591	1.9822	0.1576	0.1874
109	1.6590	1.9820	0.1569	0.1865
110	1.6588	1.9818	0.1562	0.1857
111	1.6587	1.9816	0.1555	0.1848
112	1.6586	1.9814	0.1548	0.1840
113	1.6585	1.9812	0.1541	0.1832
114	1.6583	1.9810	0.1535	0.1824
115	1.6582	1.9808	0.1528	0.1816
116	1.6581	1.9806	0.1522	0.1809
117	1.6580	1.9804	0.1515	0.1801
118	1.6579	1.9803	0.1509	0.1793
119	1.6578	1.9801	0.1502	0.1786
120	1.6577	1.9799	0.1496	0.1779
121	1.6575	1.9798	0.1490	0.1771
122	1.6574	1.9796	0.1484	0.1764
123	1.6573	1.9794	0.1478	0.1757
124	1.6572	1.9793	0.1472	0.1750
125	1.6571	1.9791	0.1466	0.1743
126	1.6570	1.9790	0.1460	0.1736
127	1.6569	1.9788	0.1455	0.1729
128	1.6568	1.9787	0.1449	0.1723
129	1.6568	1.9785	0.1443	0.1716
130	1.6567	1.9784	0.1438	0.1710
131	1.6566	1.9782	0.1432	0.1703
132	1.6565	1.9781	0.1427	0.1697
133	1.6564	1.9780	0.1422	0.1690
134	1.6563	1.9778	0.1416	0.1684
135	1.6562	1.9777	0.1411	0.1678

Lampiran 18 Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



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, 19 Desember 2022

Nomor : 5748/R/STIE-EP/XII/2022

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Toko Julia Jaya
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Darwin Taib
NIM	: 191010037
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kreativitas Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Julia Jaya

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Julia Jaya yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

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

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

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

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



JULIA JAYA

Complete the needs of the house
Aluminium Furniture

21 Desember 2022

Nomor : LP/JJ/22/XII/021
Lampiran : -
Hal : Surat Izin Riset Penelitian

Kepada Yth:
STIE Eka Prasetya
Di tempat,

Dengan Hormat,

Kami selaku pihak yang bersangkutan dari Toko Julia Jaya, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Darwin Taib
NIM : 191010037
Jurusan : Manajemen (S1)

Dengan ini kami menyetujui untuk melakukan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

"Pengaruh Kreativitas dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Julia Jaya"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : DARWIN TAIB
NIM : 191010037
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Kamis/10 Feb 2022	KELVIN JORDY JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Mahmur Akadi Sankasa Medan	181010067	
		HANDY JUDUL PROPOSAL : Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko Smile Celluler Medan	181010201	
2.	Rabu/16 Feb 2022	WILSON LIANTO JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Unsur-unsur pemasaran produk dan kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan pembelian pembeli UKM toko roti imperial Medan	181010058	
		KELVIN WIRANATA JUDUL PROPOSAL : Pengaruh karakteristik perusahaan, iklan dan media sosial dan harga terhadap penjualan di toko titi home	181010254	
		SANTY JUDUL PROPOSAL : Pengaruh karakteristik perusahaan dan produk terhadap keputusan usaha pada usaha fahu Crispy Mendos Medan	181010241	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

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

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

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : DARWIN TAIB

NIM : 191010037

Kelas : Kewirausahaan A

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

HP/WA : 0822 7399 2577 Email: darwintaib.07@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Kebun Sayur no 81, Pambungan I

Nama Dosen Pembimbing 1:

Desma Erico Marpati M.,S.Pd.,M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Javan Rahyesh Simorang, S.E., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	26 September 2022	Pengajuan Judul	M. d.
2	17 Oktober 2022	Revisi judul lebih ke kewirausahaan	M. d.
3	24 Oktober 2022	Indikator X2 ganti, Teori & indikator variabel Y	M. d.
4	5 Desember 2022	ACC lanjut ke Bab 1, 2, 3	M. d.
5	3 Februari 2023	Porsi ke-1	M. d.
6		Kumpulkan bukti pendukung tiap variabel	M. d.
7		foto lokasi penelitian diteliti untuk	M. d.
8	6 Februari 2023	Pemulaan teori penelitian ke dalam diteliti	M. d.
9	7 Februari 2023	ACC Sempro	M. d.
10	27 April 2023	Mengisi Lembaran Lembaran	M. d.
11	28 April 2023	Bab IV : pembahasan, lengkapi dari Campul	M. d.
12	2 Mei 2023	Bab III dan IV revisi, lengkapi skripsi	M. d.
13	4 Mei 2023	ACC Sidang	M. d.
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG

No	Tanggal	Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
1	8/5/2023	ACC revisi	M. d.
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Dewuan Taris

NIM : 19010037

Kelas : Kewirausahaan A

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

HP/WA : 0822 7399 7977

Email: dewuanb07@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. Kawan Sujur no 81, Lambongan I

Nama Dosen Pembimbing 1:
Danu Erico Manghi, M.Si., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:
Irvan Polugah Situmorang, S.E., M.Si

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	27/12-2022	Menghiasi cara penulisan judul yang benar	
2	10/1-2023	Perbaiki data setiap variabel dan perbaiki kutipan-kutipannya	
3	20/1-2023	- Penggunaan rumus Slovin dipopulasi dan sampel	
4		- Perbaiki semua sistim penulisan	
5	31/1 2023	- Perbaiki bentuk Tulisan dan juga	
6		Font with Times	
7	3/2 2023	- Perbaiki semua keori di bab 2, dan	
8		masalah dari xi	
9	6/2-2023	Perbaiki Penulisan di Penulisan terdahulu	
10	7/2 2023	ACC Seminar proposal	
11	20/3 2023	Lanjut ke penelitian bab 4 dan 5	
12	3/4 2023	Perbaiki Typo dan juga Notasi Pengotakan	
13		data fakta penulisan	
14	19/4 2023	Perbaiki Penulisan dan notasi Validitas,	
15		Reliabilitas	
16	28/4 2023	Perbaiki semua Pengotakan dan Penulisan	
17	9/5 2023	ACC sidang mega hyen	

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	6/3-2023	ACC Rangkai setelah sempit	
2	10/3-2023	ACC setelah sidang mega hyen	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Darwin Taib
Tempat / Tanggal Lahir	: Bandar Klippa / 24 September 2001
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Alamat	: Jalan Kebun Sayur Rambungan I no 81
Alamat Email	: darwintaib07@gmail.com
Agama	: Buddha
Status	: Mahasiswa
Handphone (HP)	: 082273992577

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d Tahun 2013 : SD Swasta Buddhis Bodhicitta Medan
2. Tahun 2013 s/d Tahun 2016 : SMP Swasta Buddhis Bodhicitta Medan
3. Tahun 2016 s/d Tahun 2019 : SMA Swasta Buddhis Bodhicitta Medan
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023 : Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

Mei 2019 s/d Mei 2022	: Staff UD. Agung Mas
Agustus 2022 s/d Sekarang	: Staff PT. Damasraya Sawit Lestari

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Hendra Gunawan
Pekerjaan	: Wiraswasta
Alamat	: Jalan Kebun Sayur Rambungan I no 81
Handphone (HP)	: 081261519086
Nama Ibu	: Mulyani
Pekerjaan	: Mengurus Rumah Tangga
Alamat	: Jalan Kebun Sayur Rambungan I no 81
Handphone (HP)	: 082311140813

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

Medan, 11 Mei 2023

Penulis,



Darwin Taib