

**PENGARUH KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
PT SUKSES SELARAS SENTOSA**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

Ditulis Oleh :

**FELICIA VIGO
181010262**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2021**

Judul : **PENGARUH KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA
PT SUKSES SELARAS SENTOSA**

Nama : **Felicia Vigo**

NIM : **181010262**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Disetujui Oleh

Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Ihdina Gustina, S.E., M.M.
NIDN: 0120088303

Pembimbing II,



Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si
NIDN: 0108069301

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

Judul : **PENGARUH KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PT SUKSES
SELARAS SENTOSA**

Nama : Felicia Vigo

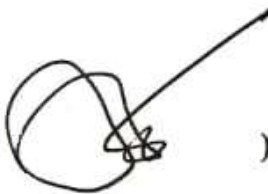
NIM : 181010262

Program Studi : Manajemen Kewirausahaan

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada Tanggal 08 Juni 2021
Dewan Penguji

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

()

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



STIE Eka Prasetya,
Ketua


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

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

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

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

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

Nama	Felicia Vigo
NIM	181010262
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Komunikasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Ihdina Gustina, S.E., M.M.
Pembimbing-II	Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si.

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

Medan, 08 Juni 2021



Felicia Vigo

181010262

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PT SUKSES SELARAS SENTOSA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

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

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Fransiska Karolina.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Herry Andipoh, B.Com.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya proposal skripsi ini.
7. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
8. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu, segala saran dan kritik untuk penyempurnaan proposal skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 8 Juni 2021

Penulis

Felicia Vigo

181010262

ABSTRAK

Felicia Vigo, 181010262, 2021, Pengaruh Komunikasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Ihdina Gustina, S.E., M.M, Pembimbing II : Muammar Rinaldi, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Komunikasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa, untuk mengetahui apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa, untuk mengetahui apakah Komunikasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang melakukan pembelian pada PT Sukses Selaras Sentosa, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada bulan Februari 2021 sebanyak 300 konsumen diperkirakan konsumen yang hadir sebanyak 10 orang perhari. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 171 Konsumen. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keberhasilan usaha = 6,780 + 0,228 Komunikasi + 0,323 Kreativitas + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil analisis menunjukkan Kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0,322 atau 32,2% yang artinya bahwa Komunikasi dan Kreativitas secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 32,2% terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa. Sedangkan sisanya 67,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti persepsi nilai, kualitas pelayanan, harga, segmentasi, targeting dan positioning.

Kata Kunci: Komunikasi, Kreativitas, Keberhasilan Usaha.

ABSTRACT

Felicia Vigo, 181010262, 2021, The Influence of Communication and Creativity on the Business Success of PT Sukses Selaras Sentosa, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Ihdina Gustina, SE, MM, Supervisor II: Muammar Rinaldi, S.Pd., M. Si.

*This study aims to determine whether communication affects the business success of PT Sukses Selaras Sentosa, to determine whether creativity affects the business success of PT Sukses Selaras Sentosa, to determine whether communication and creativity affect the business success of PT Sukses Selaras Sentosa. The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this research is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numerals. The data sources are primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to shops that made purchases at PT Sukses Selaras Sentosa, secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The population in this study were consumers in February 2021 as many as 300 consumers, it was estimated that there were 10 consumers per day. By using the Slovin formula with an error rate of 5%, the number of samples used by researchers is 171 consumers. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation **business success = 6,780+ 0.228 Communication + 0.323 Creativity + e**. The results of the research analysis show that communication has a positive and significant effect on the business success at PT Sukses Selaras Sentosa based on the partial hypothesis test results, namely a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of the analysis show that creativity has a positive and significant effect on business success at PT Sukses Selaras Sentosa based on the results of partial hypothesis testing with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results showed that communication and creativity had a positive and significant effect on business success at PT Sukses Selaras Sentosa based on the results of simultaneous hypothesis testing with a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2) = 0.322 or 32.2%, which means that communication and creativity simultaneously have an effect of 32.2% on business success at PT Sukses Selaras Sentosa. While the remaining 67.8% is influenced by other factors that come from outside this research model such as perceived value, service quality, price, segmentation, targeting and positioning.*

Key Word: Communication, Creativity, Business Success.

MOTTO

**“Pendidikan Memiliki Akar yang Pahit, tapi
Buahnya Manis.”**

(Aristoteles)

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah.”

(Lessing)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

TUHAN YANG MAHA ESA yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Orang tua saya yang telah melalui banyak perjuangan. Saya berjanji tidak akan membiarkan semua itu sia-sia. Saya akan melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk orang tua saya.

Teman-teman yang sudah membantu saya dengan sabar mengajari dan menjelaskan berbagai uji dan kriterianya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	10
2.1. Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1. Keberhasilan Usaha.....	10

2.1.1.1. Pengertian Keberhasilan Usaha.....	10
2.1.1.2. Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha	10
2.1.1.3. Faktor-Faktor Penghambat Keberhasilan Usaha.....	11
2.1.1.4. Indikator Keberhasilan usaha	11
2.1.2. Komunikasi	13
2.1.2.1. Pengertian Komunikasi	13
2.1.2.2. Unsur-Unsur Komunikasi	13
2.1.2.3. Bentuk Dasar Komunikasi	15
2.1.2.4. Proses Komunikasi.....	19
2.1.2.5 Indikator Komunikasi.....	19
2.1.3. Kreativitas	19
2.1.3.1. Pengertian Kreativitas	19
2.1.3.2. Ciri-Ciri Kreativitas	20
2.1.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas.....	22
2.1.3.4. Indikator Kreativitas.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Kerangka Pemikiran	26
2.4. Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.1.1. Lokasi Penelitian	27
3.1.2. Waktu Penelitian	27
3.2. Jenis dan Sumber Data Penelitian	27

3.2.1. Jenis Penelitian.....	27
3.2.2. Sumber Data.....	27
3.3. Populasi dan Sampel	28
3.3.1. Populasi	28
3.3.2. Sampel	29
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.4.1. Variabel Penelitian	30
3.4.2. Definisi Operasional.....	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6. Teknik Analisis Data	33
3.6.1. Uji Instrumen	33
3.6.2. Pengujian Prasyarat Analisis.....	34
3.6.3. Uji Regresi Linier Berganda	35
3.6.4. Uji Hipotesis	36
3.6.5. Koefisien Determinasi	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Gambaran Umum Penelitian	39
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.2. Hasil Penelitian	40
4.2.1. Karakteristik Responden	40
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	46

4.2.4. Teknik Analisis Data.....	49
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.2.4.2. Uji Hipotesis Parsial	51
4.2.4.3. Uji Hipotesis Simultan	53
4.2.4.4. Uji Koefisien Determinasi.....	54
4.3. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Implikasi Manajerial	58
5.3. Saran Akademisi	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
SURAT IZIN PENELITIAN	
SURAT BALASAN PENELITIAN	
KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL	
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1.1. Hasil Observasi.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu	24
3.1. Definisi Operasional.....	31
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan pengunjung	42
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi	43
4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas	44
4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha.....	45
4.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi, Kreativitas, dan Keberhasilan usaha	46
4.8. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov	47
4.9. Hasil Pengujian Multikolinieritas.....	48
4.10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.11. Hasil Pengujian Parsial (Uji-t).....	52
4.12. Hasil Pengujian Serempak (Uji f).....	54
4.13. Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jenis Produk.....	3
Gambar 1.2	Penjualan PT Sukses Selaras Sentosa.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Karakteristik Responden**
- Lampiran 3 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Komunikasi (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Kreativitas (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Keberhasilan
Usaha (Y)**
- Lampiran 7 Tabulasi Angket Responden**
- Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Data**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan salah satu gejala yang umum atau biasa terjadi di perkotaan, salah satu tujuan Negara, sesuai UUD 1945, adalah masyarakat adil dan makmur. Kemudian oleh Pemerintah diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi. Proses kerja pembisnis tidak terlepas dari suatu model, model yang baik dapat menjawab berbagai pertanyaan tentang bagaimana menghasilkan uang, maka perlu adanya strategi dalam berbisnis (Boubakary & Moskolai, 2016). Setiap perusahaan dituntut untuk selalu tetap menjalankan usahanya serta menata manajemennya dengan baik. Tujuan dasar mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya.

Pada dasarnya manajemen itu terdiri atas perancangan dan pelaksanaan rencana-rencana. Manajemen Pemasaran merupakan serangkaian tindakan atau cara-cara yang dilakukan oleh unit bisnis. Didalam strategi pemasaran terdapat keputusan-keputusan berupa hasil pemikiran perorangan maupun bersama yang dijadikan konsep dasar bagi penyusunan strategi pemasaran produk dalam memperoleh keberhasilan dalam berbisnis. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari diri masing-masing karyawan pada perusahaan itu sendiri, tetapi keberhasilan suatu usaha tidak mudah digapai begitu saja. Karyawan harus memiliki Kreativitas, memiliki rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi dan

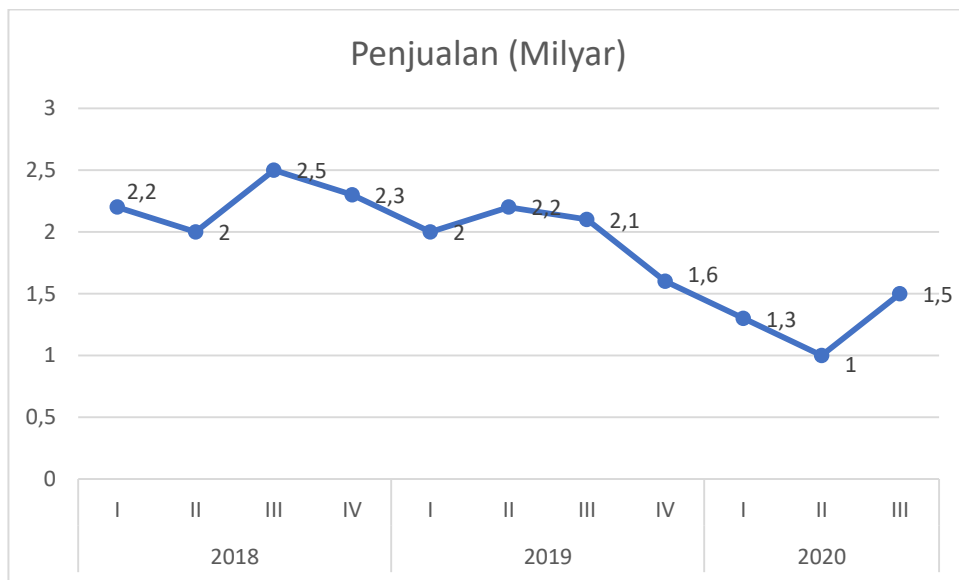
dapat menerapkannya secara produktif agar menyebabkan adanya keberhasilan suatu usaha (Pradana, 2019). Keberhasilan perusahaan di pengaruhi berbagai faktor yaitu kemampuan komunikasi dan kemauan, memiliki tekad yang kuat dan kerja keras, ketepatan dan kemampuan. Kemajuan sebuah perusahaan akan berdampak pada peningkatan volume penjualan, intensitas persaingan antar perusahaan. Untuk merespon hal tersebut, perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki, terutama sumber daya manusia (Khan, 2012). Noor, (2017) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Semakin meningkat penjualan maka semakin meningkat juga laba.

PT Sukses Selaras Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengadaan perlengkapan, dan modifikasi untuk mobil 4x4 dan *off road* yg digunakan untuk perkebunan, pertambangan, proyek kemanusiaan, dan mobil yang digunakan untuk daerah bencana alam & medan tugas yang berat. Tujuan memodifikasi salah satunya adalah untuk meningkatkan daya beli masyarakat dengan cara mengikuti pameran, melakukan pemotretan untuk majalah, ada juga konsumen yang memodifikasi mobilnya atas keinginan sendiri, hobi dan keperluan masing masing.



Gambar 1.1. Jenis Produk

Dalam beberapa bulan sebelumnya penjualan produk perusahaan tersebut mengalami penurunan, hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Rekap Penjualan Perusahaan

Gambar 1.2 Penjualan PT Sukses Selaras Sentosa

Gambar di atas menunjukkan bahwa penjualan spare part dan aksesoris pada 3 (tiga) tahun terakhir mengalami penurunan pada tahun 2020 penjualan mengalami penurunan di triwulan ke dua disebabkan munculnya wabah covid 19 yang awal mula terjadi di wuhan china dampak tersebut menyulitkan pengiriman barang yang sudah di pesan sebelumnya oleh perusahaan. Akibat lain yang ditimbulkan menurunkan konsumen yang datang dalam membeli barang. Hal ini sangat berdampak pada keberhasilan dari perusahaan PT Sukses Selaras Sentosa.

Penurunan keberhasilan perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (Khan, 2012; Praditya, 2019) yaitu rendahnya kualitas produk (produk lama yang masih dijual), hal ini disebabkan karena kurangnya inovasi dari produk dan kreatifitas dari karyawan. Strategi pemasaran yang rendah, hal ini disebabkan karena keahlian dalam berkomunikasi belum sangat baik dan kurangnya

keaktivitas akibatnya promosi dalam memperkenalkan perusahaan dan produk masih rendah.

Komunikasi diperlukan dalam berbagai bidang kehidupan manusia, salah satunya adalah di sektor ekonomi yaitu bisnis. Melihat kondisi ekonomi di bidang bisnis yang serba kompetitif terutama di era globalisasi, pengusaha bisnis diharapkan dapat menempatkan dan mempertahankan posisinya diantara berbagai persaingan. Pengusaha bisnis yang tidak dapat mempertahankan posisinya di masyarakat, akan kalah bersaing dan jatuh dalam waktu cepat atau lambat. Sejalan dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perubahan ekonomi dan kegiatan bisnis yang berjalan, pengusaha membutuhkan strategi dan konsep komunikasi yang tepat dalam menjaga keberlangsungan hidup dari usahanya, terutama dalam mencapai tujuan yang diinginkan yaitu untuk mendapatkan konsumen agar usahanya tetap berjalan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Praditya, (2019) yaitu komunikasi merupakan komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu.

Peranan komunikasi dalam meningkatkan produktivitas perusahaan sangat penting karena sistem komunikasi yang baik akan meningkatkan aktifitas kerja karyawan. Machfoedz, (2010) mengungkapkan bahwa Komunikasi sangat penting dalam proses pemberian informasi yang dapat mendukung proses bisnis, baik dalam bidang produksi, pemasaran maupun penjualan. Salah satu pentingnya komunikasi bisnis adalah menjadikan konsumen poros dari bisnis apapun. Bisnis sangat bergantung kepada klien atau konsumen agar mampu bertahan.

Komunikasi bisnis eksternal yang efisien bisa membantu untuk menarik perhatian konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Kondisi PT Sukses Selaras Sentosa dalam berkomunikasi sangat rendah ditandai dengan masih banyak karyawan yang pasif (tertutup), komunikasi antar karyawan dan konsumen masih kurang efektif, karyawan jarang sekali memberikan masukan yang lebih baik, memperkenalkan produk yang baru, pasifnya komunikasi membuat pekerjaan selalu berulang-ulang karena belum sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini membuat keberhasilan perusahaan tidak berjalan dengan baik. Hasil observasi 10 konsumen, 7 di antaranya menilai Persepsi masih kurang baik dikarenakan pesan yang disampaikan karyawan mengenai produk belum cukup jelas, kemudian 8 orang mengungkapkan teknologi yang digunakan dalam memperkenalkan produk juga masih kurang baik, hanya menggunakan media Instagram. Hasil observasi ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Hasil Observasi terhadap 10 konsumen

Indikator	Baik	Kurang Baik
Persepsi	3	7
Teknologi Informasi	2	8
Ketepatan	4	6
Kredibilitas	7	3
Pengendalian	8	2

Kreativitas juga salah satu penyebab keberhasilan dari suatu usaha (Ekasari, 2018). Agar keberhasilan perusahaan atau usaha yang diinginkan maksimal didalam berwirausaha harus didukung oleh kemampuan seorang pengusaha itu sendiri yaitu kemampuan dalam hal pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk

menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Kreatif adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara- cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*).

Berdasarkan teori dan kasus di atas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai **Pengaruh Komunikasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah yang disinyalir dari keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya penjualan PT Sukses Selaras Sentosa dan mengakibatkan pendapatan perusahaan turun setiap tahunnya karena masa pandemi Covid 19 sehingga produk dari luar (impor) sulit untuk masuk.
2. Rendahnya komunikasi antar karyawan dan konsumen PT Sukses Selaras Sentosa mengenai pengetahuan tentang produk/model sehingga tujuan perusahaan tidak dapat tercapai, ini karena tidak semua orang yang terlibat dalam perusahaan memahami tujuan perusahaan dan tidak semua konsumen mengetahui tentang kegunaan produk.
3. Rendahnya kreativitas karyawan PT Sukses Selaras Sentosa ditandai dengan kurangnya ide karyawan sehingga produk sulit untuk dijual dan sulit dalam memecahkan persoalan yang dihadapi.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Komunikasi (X_1), Kreativitas (X_2) dan Keberhasilan Usaha (Y). Penelitian ini dilakukan terhadap PT Sukses Selaras Sentosa.

1.4. Rumusan Masalah

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

1. Apakah Komunikasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa?
2. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa?
3. Apakah Komunikasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa?

1.5. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah Komunikasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.

2. Untuk mengetahui apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.
3. Untuk mengetahui apakah Komunikasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.

1.6. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usahanya.

2. Bagi Akademis

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Keberhasilan Usaha

2.1.1.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai (Ardiyanti & Mora, 2019). Sedangkan menurut Purnama, (2020) Keberhasilan Usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dari pengertian di atas maka keberhasilan usaha merupakan suatu tujuan untuk meningkatkan usahanya, keuntungan bertambah, perputaran dana berkembang cepat, serta penghasilan anggota dari perusahaan tersebut bertambah.

2.1.1.2. Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2013), keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut :

- 1) Kemampuan dan kemauan.

Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang yang memiliki kemauan

dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.

2) Tekad yang kuat dan kerja keras.

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

3) Kesempatan dan peluang.

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

2.1.1.3. Faktor-Faktor Penghambat Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2013), faktor-faktor penghambat yang menyebabkan kegagalan dalam kewirausahaan yaitu sebagai berikut :

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

2.1.1.4. Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Kasmir (2019), indikator Keberhasilan Usaha adalah sebagai berikut:

1. Laba

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

2. Produktivitas

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

4. Kompetensi

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

5. Terbangunnya citra baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, trust internal dan trust external. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust external adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

2.1.2. Komunikasi

2.1.2.1. Pengertian Komunikasi

Dalam dunia bisnis yang berskala kecil, menengah, maupun besar, orang-orang yang berada di dalamnya (para pelaku bisnis) tidak dapat terlepas dari kegiatan komunikasi. Oleh karena itu, bagi mereka komunikasi merupakan faktor yang sangat penting demi pencapaian tujuan suatu organisasi.

Menurut Filimowicz (2020), Komunikasi (*communication*) adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Diyakini bahwa komunikasi adalah proses sosial dimana komunikasi selalu melibatkan manusia dan interaksi. Purwanto, (2011) menyatakan Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku dan tindakan. Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwasanya Komunikasi adalah suatu proses kegiatan penyampaian warta/pesan/informasi yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan saling pengertian.

2.1.2.2. Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Novina (2016), Dalam komunikasi terdapat unsur-unsur dalam proses komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. *Sender*

Orang / Lembaga yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

2. *Enconding*

Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

3. *Message*

Pesan yang merupakan seperangkat huruf / kata-kata bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

4. *Media*

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

5. *Decoding*

Pengawas sandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

6. *Receiver*

Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

7. *Response*

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterimanya pesan.

8. *Feedback*

Umpan balik, yakni tanggapan komunikasi apabila tersampaikan atau disampaikan oleh komunikator.

9. *Noise*

Gangguan tak terencana dalam proses komunikasi dimana pesan yang diterima berbeda dengan pesan yang disampaikan.

2.1.2.3. Bentuk Dasar Komunikasi

Pada dasarnya ada dua bentuk dasar yang digunakan dalam dunia bisnis, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal. Masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan salah satu komunikasi yang lazim digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis (*written*) maupun lisan (*oral*). Komunikasi sangat penting dalam suatu organisasi dan merupakan kunci sukses suatu organisasi. Begitu pentingnya komunikasi verbal, sehingga tanpa komunikasi ini aktivitas tidak dapat berfungsi dengan baik. Komunikasi satu arah adalah komunikasi yang berlangsung pada satu pihak saja, sedangkan komunikasi dua arah bersifat timbal balik dan melibatkan dua pihak. Bentuk komunikasi verbal ini memiliki struktur yang teratur dan terorganisasi dengan baik, sehingga tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai dengan baik. Komunikasi tertulis yakni penyampaian pesan melalui tulisan, seperti surat, memo dan lain-lain. Komunikasi tertulis sifatnya kurang pribadi karena tidak dapat saling melihat atau mendengar dan tidak dapat memberi umpan balik langsung. Sedangkan komunikasi lisan yakni penyampaian pesan secara langsung (bertatap muka), seperti berbicara dan langsung memberikan umpan balik (*feedback*).

Contoh komunikasi verbal dalam suatu organisasi adalah:

- a) Berdiskusi dalam satu tim.
- b) Mengadakan pengarahan kepada bawahan.

- c) Membuat dan mengirim surat kontrak kerja kepada pihak lain.
- d) Memberi informasi kepada pelanggan yang meminta informasi tentang produk-produk baru.
- e) Melakukan presentasi proposal.
- f) Melakukan rapat.
- g) Wawancara.
- h) Melakukan percakapan dengan sesama pegawai.

2. Komunikasi Nonverbal

Bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam Komunikasi adalah komunikasi nonverbal (*nonverbal communications*). Menurut teori antropologi, sebelum manusia menggunakan kata-kata, mereka telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh (*body language*) sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain. Berdasarkan definisi diatas, Komunikasi nonverbal adalah suatu kegiatan penyampaian pesan dengan menggunakan gerakan-gerakan tubuh.

Berikut ini adalah beberapa contoh perilaku yang menunjukkan komunikasi nonverbal:

- a) Menggertakkan gigi untuk menunjukkan kemarahannya.
- b) Mengerutkan dahi untuk menunjukkan sedang berfikir keras.
- c) Gambar pria dan wanita yang ditempel dipintu masuk kamar mandi wanita.
- d) Mengelengkan kepala berarti menolak.
- e) Berpangku tangan untuk menunjukkan seseorang sedang melamun.
- f) Menutup mulut dengan tangan untuk menutupi suatu kebohongan.
- g) Mengangkat alis sebagai tanda curiga.

- h) Tersenyum menunjukkan lagi senang.
- i) Tangan mengepal untuk menunjukkan rasa percaya diri.
- j) Simbol dilarang merokok yang dipasang diruang tertentu untuk menunjukkan bahwa dilarang merokok

Pada umumnya, bentuk komunikasi nonverbal memiliki sifat yang kurang terstruktur, sehingga sulit untuk dipelajari dan diterapkan di dalam suatu kantor atau organisasi. Sebagai contoh, seseorang akan mengalami kesulitan jika menyuruh orang lain dengan menggunakan bahasa komunikasi nonverbal untuk mengambil buku kerja disuatu tempat yang didalamnya terdapat berbagai buku yang warna maupun judulnya bermacam-macam.

Komunikasi nonverbal lebih bersifat spontan dibandingkan dengan komunikasi verbal dalam hal penyampaian suatu pesan. Komunikasi nonverbal penting artinya bagi pengirim dan penerima pesan, karena sifatnya yang efisien. Suatu pesan nonverbal dapat disampaikan tanpa harus berfikir panjang, dan pihak audiens juga dapat mengerti artinya dengan cepat. Meskipun dapat berdiri sendiri, komunikasi nonverbal sering kali berkaitan erat dengan ucapan (lisan). Ini berarti sering terjadi penggabungan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dalam suatu situasi. Kata-kata yang disampaikan dalam suatu percakapan hanya membawa sebagian dari suatu pesan, sedangkan bagian yang lainnya disampaikan melalui sinyal-sinyal nonverbal. Coba amati acara berita-berita di berbagai stasiun televisi. Dalam acara tersebut, dengan mudah dapat dijumpai kombinasi komunikasi verbal dan nonverbal.

Menurut Purwanto (2011) komunikasi nonverbal mempunyai enam tujuan, yaitu:

- a) Memberikan informasi.
- b) Mengatur alur suatu percakapan.
- c) Mengekspresikan suatu emosi.
- d) Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan verbal.
- e) Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
- f) Mempermudah tugas-tugas khusus, misalnya memberi contoh dengan cara mengayunkan tongkat golf dengan baik dan benar.

Dalam dunia bisnis, komunikasi nonverbal dapat membantu menentukan kredibilitas potensi kepemimpinan seseorang. Jika dapat belajar mengelola kesan yang dibuat dengan bahasa isyarat, karakteristik atau ekspresi wajah, suara, dan penampilan maka seseorang akan dapat melakukan komunikasi dengan baik. Dengan kata lain, seorang manajer (pemimpin) dalam suatu organisasi juga harus dapat menjadi seorang komunikator yang baik. Seorang manajer harus tahu bagaimana menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada bawahannya. Lebih lanjut, jika dapat belajar membaca pesan-pesan nonverbal yang disampaikan orang lain, seseorang akan dapat menafsirkan maksud dan sikap mereka secara lebih akurat dan tepat. Ketika berhadapan dengan para karyawan, klien, atau pelanggan perhatikanlah secara seksama apa dan bagaimana pesan-pesan yang mereka sampaikan. Apabila karyawan menunjukkan gejala-gejala kurang semangat kerjanya, sering melakukan mogok kerja, dan prestasi kerja menurun, seorang

manajer harus tanggap dan segera mengambil langkah-langkah penanggulangan atau solusi.

2.1.2.4. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terdiri atas 6 tahap (Purwanto, 2011), yaitu:

- a) Pengirim mempunyai ide atau gagasan.
- b) Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan.
- c) Pengirim menyampaikan pesan.
- d) Penerima menerima pesan.
- e) Penerima menafsirkan pesan.
- f) Penerima memberikan tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim.

2.1.2.5. Indikator Komunikasi

komunikasi terdiri dari 4 indikator (Morissan, 2015) yaitu:

- 1) Periklanan
- 2) Promosi penjualan
- 3) Hubungan masyarakat
- 4) Penjualan personal

2.1.3. Kreativitas

2.1.3.1. Pengertian Kreativitas

Menurut Hutagalung (2010) Kreativitas merupakan proses pengembangan dan pengekspresian gagasan-gagasan baru yang memiliki manfaat. Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang

merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Atribut orang yang kreatif adalah terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk men-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif (Hadiyati, 2011). Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data variabel yang sudah ada sebelumnya.

2.1.3.2. Ciri-Ciri Kreativitas

Ciri-ciri kreativitas didasarkan pada pengembangan sejumlah pribadi berulang-ulang secara konsisten (Hutagalung, 2010), antara lain:

1. Nilai-nilai intelektual dan artistik

Sebagai ilustrasi, kegiatan intelektual seperti membaca buku-buku bermutu dan bernilai artistik.

2. Minat akan kompleksitas

Hal ini ditunjukkan dari ketertarikan pada usaha menjelajahi masalah sulit dan rumit untuk mendapatkan solusi dan memahami masalah tersebut.

3. Kepedulian pada pekerjaan dan pencapaian

Hal ini ditunjukkan oleh disiplin diri yang berkaitan dalam pekerjaan, dengan dorongan dan motivasi tinggi, serta peduli terhadap usaha mencapai keunggulan.

4. Ketekunan

Orang yang kreatif biasanya mempunyai tekad keras untuk mencapai tujuan dan mengidentifikasi, serta memecahkan masalah ditempat kerja, mempunyai keyakinan kuat akan kekuatan-kekuatan dan keterampilan-keterampilan yang mendukung tekadnya.

5. Pemikiran mandiri

Orang-orang yang kreatif dan inovatif menunjukkan kemandiriannya dalam karakteristik membuat kesimpulan, meskipun banyak diantaranya cenderung menyesuaikan diri pada pandangan-pandangan yang dinyatakan oleh mayoritas atau mempunyai kedudukan yang lebih tinggi.

6. Toleransi terhadap keraguan

Orang-orang yang kreatif merespon secara positif pada situasi meragukan dan berusaha mencernanya sambil menikmati proses. Keraguan adalah situasi dimana seseorang mengalami pengalaman tidak menentu.

7. Otonomi

Orang kreatif cenderung mengandalkan diri sendiri dan kurang bergantung pada orang lain, menikmati dan menuntut kebebasan ditempat kerja, dalam hal ini membutuhkan kebebasan dan pengontrolan yang tidak terlalu ketat.

8. Kepercayaan diri

Salah satu ciri orang kreatif adalah kepercayaan diri yang tinggi dan dipeliharanya citra diri kreatif. Dalam hal ini, orang-orang yang percaya pada Kreativitas dirinya sendiri dan yakin kepada kemampuannya akan lebih besar kemungkinannya untuk berperilaku kreatif.

9. Kesiapan mengambil resiko

Orang kreatif lebih cenderung siap mengambil resiko dengan ide-ide baru, serta mencoba cara-cara baru dan lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal, sekalipun orang-orang disekitarnya tidak mendukung.

2.1.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kreativitas yang berbeda-beda antara ide yang satu dengan lainnya. Selain itu, kreativitas seseorang dari waktu ke waktu dapat menjadi lebih baik maupun menjadi menurun. Perubahan yang terjadi pada kreativitas seseorang dapat disebabkan oleh banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Kedua faktor cenderung berkaitan satu sama lain, sehingga hal ini dapat mempengaruhi kemampuan seseorang terhadap kreativitas yang dimiliki.

Menurut Saiman (2014), ada lima faktor yang menjadi persyaratan berpikir kreatif, antara lain:

1. Perlu persiapan

Pendidikan formal dan informal mengenai berkewirausahaan.

2. Usaha

Kumpulkan banyak ide dan jangan dievaluasi terlebih dahulu.

3. Inkubasi

Menggabungkan ide-ide yang sudah ada sehingga muncul ide baru.

4. Pengertian

Memahami persoalan atau permasalahan secara mendalam.

5. Evaluasi

Pilihlah yang terbaik dari segi biaya, hukum dan sebagainya.

2.1.3.4. Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2013) indikator kreativitas sebagai berikut:

1. Ingin tahu

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

2. Optimis

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

3. Fleksibel

Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda dan dengan berbagai individu atau kelompok.

4. Mencari solusi dari masalah

Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

5. Orisinil

Keaslian dalam menciptakan suatu produk.

6. Suka berimajinasi

Daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut penulis sajikan beberapa penelitian terdahulu untuk menjadi referensi penulis dalam tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

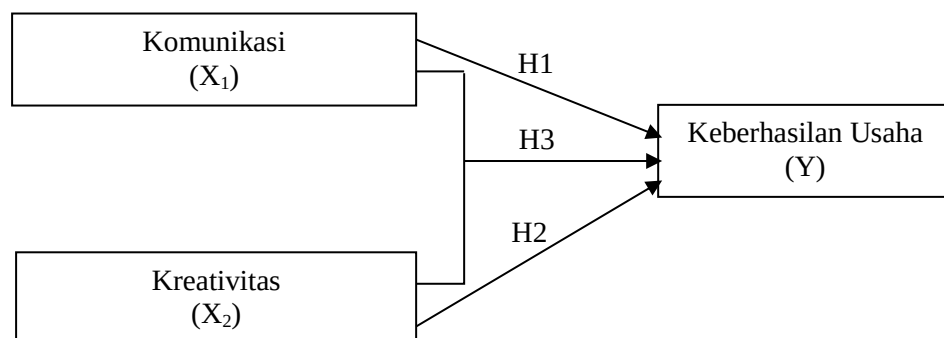
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Prawira, (2018)	Pengaruh Komunikasi Dan Peluang Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Survey Di Sentra Kulit Sepatu Cibaduyut	Komunikasi; Peluang; Keberhasilan Usaha	Secara parsial, komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra kulit sepatu cibaduyut hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari komunikasi Terhadap Keberhasilan Usaha.
2	Abdul, (2015)	Pengaruh Komunikasi Internal Dan Pendidikan Perkoperasian Karyawan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Koperasi Swadharma	Komunikasi; Pendidikan; Keberhasilan Usaha	Terdapat pengaruh positif antara komunikasi internal dan pendidikan perkoperasian karyawan terhadap keberhasilan usaha koperasi. Hal ini berarti bahwa semakin baik komunikasi internal dan pendidikan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Jakarta		perkoperasian karyawan, maka semakin tinggi keberhasilan usaha, dan sebaliknya.
3	Ekasari, (2018)	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Lokasi; Kreativitas; Keberhasilan Usaha	Lokasi dan Kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha dipengaruhi sebesar 65,5% sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha adalah variable lokasi dengan pengaruh sebesar 66,53% .
4	Azizah & Ma'rifah, (2017)	Motivasi Usaha Sebagai Mediator Hubungan antara Perilaku Inovatif dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Pengusaha Batik Tulis di Kabupaten Kebumen	Motivasi; Inovatif; Kreativitas; Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha, dan motivasi memediasi hubungan antara kreativitas dengan keberhasilan usaha. Namun, perilaku inovatif tidak berpengaruh terhadap motivasi maupun keberhasilan usaha. Sehingga, motivasi tidak memediasi hubungan antara

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas oleh penulis sebelumnya maka penulis mengajukan dugaan atau hipotesis, yaitu:

- H₁: Terdapat pengaruh Komunikasi terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.
- H₂: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.
- H₃: Terdapat pengaruh Komunikasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT Sukses Selaras Sentosa

3.1.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021.

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.2.1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu hasil penelitian yang diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Dengan menggunakan metode penelitian ini, akan diketahui hubungan yang signifikan antara variable yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran objek yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2. Sumber Data

Data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Peneliti harus mengetahui jenis data apa saja

yang diperlukan dan bagaimana mengidentifikasikan, mengumpulkan, serta mengelola data.

Menurut Arikunto (2010), sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber datanya disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.

Sumber data penelitian ini meliputi:

1. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada para pengumpul data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data ini dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden melalui kuesioner yang disebar. Kuesioner berisi pertanyaan terstruktur dan materinya berhubungan dengan komunikasi dan kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Data Sekunder

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

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sanusi (2016) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah konsumen pada bulan Februari 2021 sebanyak 300 konsumen diperkirakan konsumen yang hadir sebanyak 10 orang perhari.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2017), Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan.

n : Sampel

N : Popoulasi

e : Error (toleransi Kesalahan 5%)

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 5%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{300}{1 + 300(0,05^2)}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0,0025)} = 171,4$$

dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 171 Konsumen. Teknik pengambilan data menggunakan Teknik *Accidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data (Sugiono, 2017).

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang menjadi penelitian atau apa saja yang menjadi perhatian penelitian. Terdapat macam-macam variabel dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

a) Variabel Bebas

Sugiyono (2016) menyatakan “variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*)”. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (X₁) : Komunikasi
2. Variabel bebas (X₂) : Kreativitas

b) Variabel Terikat

Sugiyono (2016) menyatakan variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha.

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala
Komunikasi (X ₁)	Komunikasi merupakan upaya untuk menjadikan seluruh kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan dapat menghasilkan citra yang bersifat satu dan konsisten bagi konsumen. Sumber: Morissan (2015:9)	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Hubungan Masyarakat 4. Penjualan Personal Sumber: Morissan (2015:17)	Skala Likert
Kreativitas (X ₂)	Kreativitas merupakan proses pengembangan dan pengekspresian gagasan-gagasan baru yang memiliki manfaat (Hutagalung 2010)	1. Ingin tahu 2. Optimis 3. Fleksibel 4. Mencari solusi dari masalah 5. Orisinil 6. Suka berimajinasi (Suryana, 2013)	Skala Likert

Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan Usaha adalah suatu kenyataan penyesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. (Purnama, 2020)	1. Laba 2. Produktivitas 3. Daya Saing 4. Kompetensi 5. Terbangunnya citra baik (Kasmir, 2019)	Skala Likert
------------------------	--	---	--------------

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016), teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian meliputi:

1. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah salah satu cara untuk mendapatkan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada orang-orang yang berhubungan atau mengetahui objek penelitian.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer yang langsung diperoleh dari PT Sukses Selaras Sentosa. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner (angket) kepada konsumen PT Sukses Selaras Sentosa. Responden diminta menanggapi pertanyaan yang diberikan dengan cara menjawab daftar pertanyaan tentang seberapa besar penilaian mereka atas pengaruh Komunikasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha bisnisnya. Jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala *Likert* yang berisi lima

tingkatan pilihan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan dengan keterangan sebagai berikut:

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

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas berkaitan dengan ketetapan atau kesesuaian alat ukur terhadap konsep yang akan diukur, sehingga alat ukur dapat benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Arikunto (2016) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalitan suatu instrument.

Untuk menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment pearson*, seperti yang dikemukakan Arikunto (2016), yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien antara skor butir dengan skor total
 N = jumlah responden
 $\sum X$ = jumlah butir skor
 $\sum Y$ = skor total

Kriteria pengujiannya yaitu :

1. Valid jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi α 5%
2. Tidak valid jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi α 5%.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2013) suatu alat ukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.

Untuk menguji reliabilitas instrumen dapat dihitung dengan menggunakan rumus alpha, seperti yang dikemukakan Arikunto (2016) yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan : r_{11} = reliabilitas instrumen
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
 σ_t^2 = varians total
 n = banyak soal

Instrumen dikatakan reliabel jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ instrumen dikatakan tidak reliabel. Dalam praktiknya, untuk menguji validitas kuesioner akan dibantu dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS) 21*.

3.6.2. Pengujian Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Untuk keperluan analisis data selanjutnya, maka akan lebih mudah dan lancar bila variabel-variabel yang diteliti mengikuti distribusi tertentu. Dari teori kemungkinan apabila populasi yang diteliti berdistribusi normal maka konklusi bisa diterima, tetapi apabila populasi tidak berdistribusi normal maka konklusi berdasarkan teori tidak berlaku. Oleh sebab itu, sebelum mengambil keputusan berdasarkan teori tersebut perlu diperiksa terlebih dahulu normalitas distribusinya, apakah pada taraf signifikansi tertentu atau tidak. Pengujian normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi penelitian masing-masing variabel penelitian (Priyatno, 2013).

b. Uji Multikolinieritas

Uji prasyarat selanjutnya adalah uji Multikolinieritas untuk mengetahui ada tidaknya korelasi di antara sesama variabel bebas. Model regresi dalam penelitian ini dapat memenuhi syarat apabila tidak terjadi multikolinieritas atau adanya korelasi diantara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas ini dapat dilihat dari nilai *variance inflatio factor* (VIF). Priyatno (2013) berpendapat antara variabel bebas dikatakan multikolinieritas apabila toleransinya $< 0,1$ dan $VIF > 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah Variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda atau tetap. Jika Variance dari residual data sama disebut homokedastisitas

dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang kita inginkan adalah homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada model regresi (Latan, 2013). Dengan melihat grafik scatterplot, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

3.6.4 Uji Regresi Linier Berganda

Priyatno (2013) mengemukakan bahwa: Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen, serta untuk mengetahui apakah variabel independen masing-masing berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen. Teknik analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh komunikasi (X_1) kreativitas (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y). Persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan menggunakan persamaan dari Sugiyono (2016) yaitu :

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

Dimana : Y' = Keberhasilan usaha
 a = Konstanta, besar nilai Y jika $X = 0$
 b_1 = Koefisien regresi komunikasi
 b_2 = Koefisien regresi kreativitas
 X_1 = Komunikasi
 X_2 = Kreativitas
 e = Error (kekeliruan)

3.6.5 Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (masing-masing) berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Taraf signifikansi 95% dengan $\alpha = 5\%$.

Perhitungan uji t menggunakan rumus (Rinaldi, 2019):

$$t_{hitung} = \frac{b_1 - (\beta_1)}{S_{b_1}}$$

Keterangan :

b_1 = Koefisien regresi variabel

S_{b_1} = Standar error/kesalahan standar koefisien regresi variabel (b_1)

β_1 = koefisien beta/parameter ke I yang dihipotesakan

Kriteria pengujian yaitu :

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka hipotesis diterima artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Perhitungan Uji F menurut Sugiyono (2016) menggunakan rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel bebas
 n = jumlah sampel
 F = F_{hitung}
 1 = konstanta
 $1 - R^2$ = jumlah kuadrat residu

Adapun kriteria diterima atau ditolaknya suatu pengujian adalah :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti hipotesis diterima, jadi variabel bebas Komunikasi, kreativitas secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti hipotesis ditolak, jadi variabel bebas Komunikasi, kreativitas secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha.

3.6.6 Koefisien Determinasi (R Square)

Priyatno (2013) mendefinisikan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinan sebagai berikut (Rinaldi, 2019):

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP = Nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sukses Selaras Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengadaan perlengkapan, dan modifikasi untuk mobil 4x4 dan *off road* yg digunakan untuk perkebunan, pertambangan, proyek kemanusiaan, dan mobil yang digunakan untuk daerah bencana alam & medan tugas yang berat. Tujuan memodifikasi salah satunya adalah untuk meningkatkan daya beli masyarakat dengan cara mengikuti pameran, melakukan pemotretan untuk majalah, ada juga konsumen yang memodifikasi mobilnya atas keinginan sendiri, hobi dan keperluan masing masing. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1995. Perusahaan tersebut berkantor pusat di Jalan Perumahan Ruko Daan Mogot Baru Blok LC I No 6-12 Kali Deres, Jakarta Barat, untuk wilayah Provinsi Sumatera Utara di Jalan Asia no 260-266, Sei Rengas II, Kec. Medan Area. Produk yang dijual oleh perusahaan ini adalah *sparepart* mobil 4x4 dan *off road* seperti ban, baterai, lampu, suppressor, dan berbagai jenis lainnya. Untuk mencapai Visi dan Misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan, PT Sukses Selaras Sentosa untuk saat ini didukung oleh karyawan yang selalu siap memberikan pelayanan yang terbaik dalam rangka memenuhi kepuasan konsumen saat melakukan pembelian produk kepada perusahaan. Dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen, karyawan perusahaan diharapkan dapat selalu berpegang teguh pada 5 prinsip kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan dikenal dengan istilah Panca Kiat dimana Panca Kiat tersebut yang terdiri dari konsumen adalah mitra

usaha, berikan solusi bagi konsumen, biasakan melihat fakta di lapangan, mendengarkan masukan konsumen dan senyum adalah emas.

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1. Visi

Visi perusahaan adalah menjadikan PT Sukses Selaras Sentosa sebagai perusahaan distributor suku cadang terbaik di Indonesia yang memberikan nilai tambah kepada perusahaan, karyawan dan para mitra kerja kami.

4.1.2.2. Misi

Misi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Menjaga dan mempertahankan citra merek produk sebagai produk yang berkualitas.
2. Konsisten meningkatkan kualitas sumber daya manusia untuk menjaga dan meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 171 konsumen yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan tujuan pengunjung. Berikut ini karakteristik responden yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	104	60,8%
Perempuan	67	39,1%
Total	171	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa dominan responden dari PT Sukses Selaras Sentosa adalah laki-laki dimana responden laki-laki adalah sebanyak 104 orang atau 60,8% dari jumlah responden sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 67 orang atau 39,1% dari jumlah responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan responden adalah laki-laki karena seorang laki-laki lebih mengetahui kesehatan mesin dan memiliki keinginan dalam memperindah mobilnya.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 21 Tahun	13	7,60%
2	21-30 Tahun	72	42,10%
3	31-40 Tahun	86	50,29%
	Jumlah	171	100%

Dari tabel 4.2 terlihat responden pada PT Sukses Selaras Sentosa yang berumur dibawah 21 tahun sebanyak 13 orang (7,60%) dan 21 sampai 30 tahun sebanyak 72 orang (42,10%) dan yang paling banyak berumur diantara 31-40 tahun yaitu sebanyak 86 orang (50,29%). Hasil di atas menunjukkan bahwa yang lebih banyak memperbaiki mobil atau memodifikasi mobil adalah yang berusia 31 sampai 40 tahun.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pengunjung

No	Tujuan Pengunjung	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pembelian <i>sparepart</i>	58	33,9%
2	<i>Service</i>	71	41,5%
3	Modifikasi	42	24,6%
	Jumlah	171	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa tujuan responden datang ke PT Sukses Selaras Sentosa adalah untuk pembelian *sparepart* sebanyak 58 orang (33,9%), *Service* sebanyak 71 orang (41,5%) dan Modifikasi sebanyak 42 orang (24,6%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa tujuan responden yang lebih tinggi adalah melakukan *service*.

4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1. Uji Validitas

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner *item* layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu *item* dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total *item*. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) > r_{tabel} , *item* dapat dinyatakan valid
2. Jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) < r_{tabel} , *item* dinyatakan tidak valid.

Untuk nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian yang dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1	Konsumen melihat informasi mengenai produk/katalog PT Sukses Selaras Sentosa dari iklan/Media Cetak	0,516	0,361	Valid
2	Iklan yang ditampilkan perusahaan menarik perhatian konsumen untuk membeli/memodifikasi.	0,486	0,361	Valid
3	Potongan harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen ketika melakukan pembelian menarik.	0,594	0,361	Valid
4	Souvenir dan hadiah yang diberikan menarik minat untuk melakukan pembelian/memodifikasi.	0,652	0,361	Valid
5	Perusahaan melaksanakan kegiatan sosial bersama masyarakat.	0,641	0,361	Valid
6	Kegiatan sosial yang dilaksanakan membuat masyarakat sekitar mengetahui keberadaan perusahaan sebagai penjual perlengkapan, dan modifikasi untuk mobil 4x4 dan <i>off road</i> .	0,595	0,361	Valid
7	Konsumen melihat karyawan perusahaan melakukan penjualan personal ke masyarakat sekitar.	0,486	0,361	Valid
8	Karyawan dapat meyakinkan konsumen mengenai produk yang ditawarkan melalui penjualan personal mereka.	0,540	0,361	Valid

Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Komunikasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total*

Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki keingintahuan yang tinggi dalam mengembangkan ide untuk memberi pemahaman terhadap pelanggan	0,809	0,361	Valid
2	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki perlengkapan yang diterima baik oleh pelanggan	0,554	0,361	Valid
3	PT Sukses Selaras Sentosa mampu melayani permintaan konsumen yang berbeda-beda	0,698	0,361	Valid
4	PT Sukses Selaras Sentosa tanggap mencari solusi dalam menumbuhkan sebuah kreativitas	0,680	0,361	Valid
5	PT Sukses Selaras Sentosa menerapkan hal-hal baru yang berasal dari ide pemikiran sendiri	0,582	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Laba usaha PT Sukses Selaras Sentosa meningkat seiring dengan peningkatan perlengkapan	0,677	0,361	Valid
2	Hasil desains/pemasangan PT Sukses Selaras Sentosa mengalami peningkatan dengan bertambahnya jumlah produk yang terjual	0,738	0,361	Valid
3	PT Sukses Selaras Sentosa menjual produk yang lengkap	0,802	0,361	Valid
4	PT Sukses Selaras Sentosa mampu menciptakan hubungan yang baik kepada pelanggan/konsumen sehingga pelanggan/konsumen datang kembali	0,551	0,361	Valid
5	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki citra yang baik karena produk banyak dicari oleh pelanggan sehingga pelanggan bertambah	0,459	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner”. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

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

Hasil uji reliabilitas variabel Komunikasi, Kreativitas, dan Keberhasilan Usaha dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi, Kreativitas, dan Keberhasilan Usaha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
Komunikasi	0,692	8	Diterima
Kreativitas	0,719	5	Diterima
Keberhasilan Usaha	0,710	5	Diterima

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Komunikasi yang terdiri dari delapan butir *item* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,692, Kemudian variabel Kreativitas yang terdiri dari lima butir *item* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,719, dan variabel Keberhasilan Usaha yang terdiri dari lima butir *item* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,710. Ketiga nilai tersebut berada diantara 0,6 – 0,79 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang

baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Kenormalan data dapat dilihat dari uji normalitas *Kolmogorof-Smirnof* dari variabel yang diteliti.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data penelitian dari masing-masing variabel berdistribusi normal. Hasil Normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		171
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,47133153
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,047
	<i>Positive</i>	,047
	<i>Negative</i>	-,033
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		,691
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,726
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,726 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2018:134), “Multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas”.

Menurut Priyatno (2018:134), “Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1”.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
1 (Constant)		
Komunikasi	,871	1,148
Kreativitas	,871	1,148

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Komunikasi dan Kreativitas mempunyai nilai tolerance (0,871) > 0,10 dan nilai VIF (1,148) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Komunikasi dan Kreativitas tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

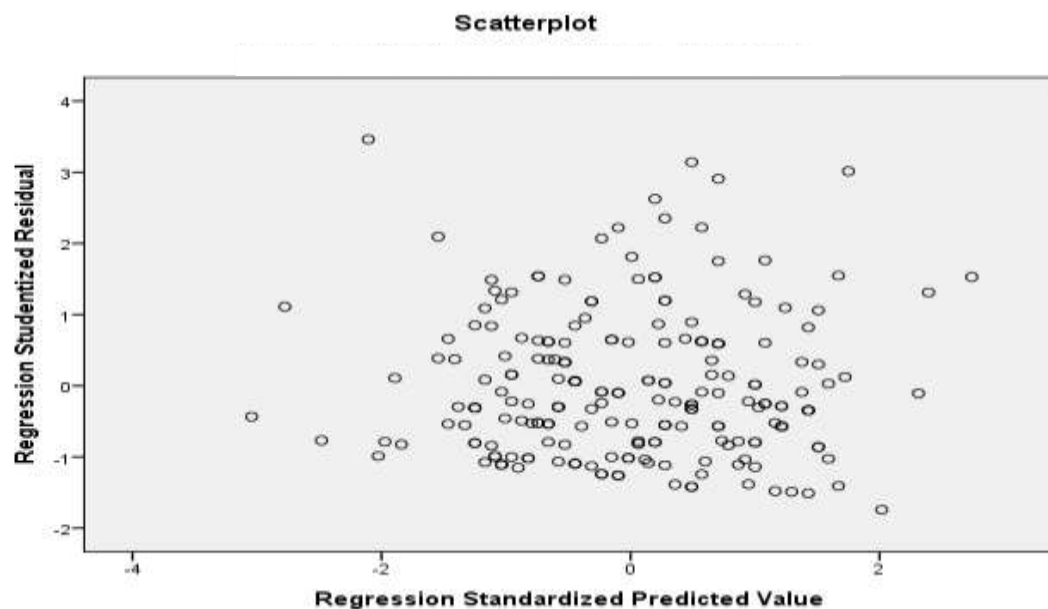
4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), “Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas”.

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

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

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada Gambar 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4. Teknik Analisis Data

4.2.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), “Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau

simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.” Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Komunikasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa. Persamaan Regresi Berganda tersebut:

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

Keterangan :

Y = Keberhasilan usaha (*dependent variabel*)

X₁ = Komunikasi (*independent variabel*)

X₂ = Kreativitas (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	<i>Std. Error</i>
1 (Constant)	6,780	1,448
Komunikasi	,228	,045
Kreativitas	,323	,052

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.10 di atas, diketahui pada *Unstandardized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut:

$$\text{Keberhasilan usaha} = 6,780 + 0,228 \text{ Komunikasi} + 0,323 \text{ Kreativitas} + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 6,780 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Komunikasi dan variabel (X_2) yaitu Kreativitas bernilai 0 maka Keberhasilan Usaha adalah tetap sebesar 6,780.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = 0,228 menunjukkan bahwa variabel Komunikasi (X_1) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 0,228. Artinya setiap peningkatan aspek Komunikasi (X_1) sebesar 1 satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat sebesar 22,8%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,323 menunjukkan bahwa variabel Kreativitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha sebesar 0,323. Artinya setiap peningkatan aspek Kreativitas (X_2) sebesar 1 satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat sebesar 32,3%.

4.2.4.2. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), “Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Komunikasi ; Kreativitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Komunikasi ; Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan 2 cara yaitu membandingkan besarnya nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan membandingkan nilai Signifikan dengan nilai alpha 5 %. Kriteria pengujian hipotesis pada uji t adalah:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Sedangkan, kriteria pengujian dengan melihat angka signifikan penelitian dengan alpha 0,05 sebagai berikut:

- Jika sig penelitian $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- Jika sig penelitian $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,681	,000
Komunikasi	5,094	,000
Kreativitas	6,210	,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui bahwa nilai t_{tabel} diperoleh dengan rumus:

$$df = n - k$$

Keterangan:

df = Derajat Bebas

n = Jumlah Sampel

k = banyaknya variabel

$$df = 171 - 3 = 168$$

Dari perhitungan di atas diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.974. Hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa:

1. Pada variabel Komunikasi (X1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (5,094) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Komunikasi terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.
2. Pada variabel Kreativitas (X2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (6,210) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

4.2.4.3. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Komunikasi dan Kreativitas secara serempak tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Komunikasi dan Kreativitas secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

Pengujian hipotesis uji f dilakukan dengan 2 cara yaitu membandingkan besarnya nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dan membandingkan nilai Signifikan dengan nilai alpha 5 %. Kriteria pengujian hipotesis pada uji f adalah:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Sedangkan, kriteria pengujian dengan melihat angka signifikan penelitian dengan alpha 0,05 sebagai berikut:

- Jika sig penelitian $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
- Jika sig penelitian $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Hasil uji f dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Serempak (Uji f)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219,006	2	109,503	50,108	,000 ^a
	Residual	461,106	211	2,185		
	Total	680,112	213			

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Komunikasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Komunikasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan usaha

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} 50,108, sedangkan F_{tabel} diperoleh dari derajat kebebasan yaitu derajat kebebasan pembilang (df_1) = k, derajat kebebasan penyebut (df_2) = n-k-1, dimana k = jumlah variabel bebas (X), n = jumlah sampel yang diteliti. Dari ketentuan tersebut diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3.05. Jadi $F_{hitung} (50,108) > F_{tabel} (3,05)$ dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Komunikasi dan Kreativitas secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

4.2.4.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), “Analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”.

Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,567 ^a	,322	,316	1,478
a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Komunikasi				
b. Dependent Variable: Keberhasilan usaha				

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil pengujian koefisien determinan di atas, dapat dilihat Nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,316 artinya variabel Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan oleh variabel Komunikasi dan Kreativitas sebesar 31,6% sedangkan sisanya 68,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Komunikasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

1. Pengaruh Komunikasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan Uji-t, diketahui bahwa variabel Komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prawira, (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra kulit sepatu cibaduyut.

2. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan Uji-t, diketahui bahwa variabel Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekasari (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

3. Pengaruh Komunikasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan Uji-F, diketahui bahwa variabel Komunikasi dan Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah & Ma'rifah (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Kemudian Anthony (2017) dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa Komunikasi dan Kreativitas sangatlah penting untuk meningkatkan kinerja karyawan yang akan berdampak kepada Keberhasilan perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan

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

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Komunikasi (X_1) dan Kreativitas (X_2) bernilai 0, maka Keberhasilan usaha adalah sebesar 6,780. Setiap peningkatan aspek Komunikasi (X_1) sebesar satu satuan, Keberhasilan Usaha akan meningkat sebesar 0,228 (22,8%). Setiap peningkatan aspek Kreativitas (X_2) sebesar satu satuan, Keberhasilan Usaha akan meningkat sebesar 0,323 (32,3%).
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (5,094) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Komunikasi terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (6,210) > t_{tabel} (1,974) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa F_{hitung} (50,108) > F_{tabel} (3,05) dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara

Komunikasi dan Kreativitas secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Komunikasi dan Kreativitas dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Komunikasi pada PT Sukses Selaras Sentosa perlu diperhatikan dan harus ditingkatkan, karena komunikasi dalam penelitian ini hanya mempengaruhi 22,8%, sehingga perusahaan harus :
 - a. Meningkatkan penjualan personal ke masyarakat sekitar, agar masyarakat mengetahui kualitas barang atau desainer perusahaan sangat bagus. Pemberian hadiah maupun souvenir yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli atau datang dan tidak hanya berupa pemberian baju ataupun gantungan kunci. Pemberian hadiah sebaiknya yang lebih dapat menarik.
 - b. Promosi melalui media iklan agar dapat dilaksanakan seminggu 2 kali ataupun 3 kali baik dalam hal pemasangan spanduk maupun pemasangan iklan di media sosial mengenai produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi menggunakan katalog juga sangat mempengaruhi pengetahuan konsumen tentang produk yang dijual, bahkan

pembaharuan katalog setiap 1 minggu kemudian, yang dimana katalog berikutnya terdapat penambahan desain, perlengkapan, bahkan promo agar dapat meningkatkan keberhasilan perusahaan. Dengan demikian, iklan yang ditampilkan akan tertanam dalam benak konsumen dan ketika ingin membeli produk akan terpikirkan produk perusahaan terlebih dahulu dibandingkan produk lainnya.

2. PT Sukses Selaras Sentosa harus meningkatkan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha dikarenakan hasil analisis regresi hanya bisa meningkatkan Keberhasilan usaha 32,3%. Oleh karena itu perusahaan perlu:
 - a. Meningkatkan kinerja karyawan dan kreativitas yang telah cukup dipercaya oleh konsumen sehingga dengan adanya kepercayaan tersebut dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara rutin atau seminggu beberapa kali pembelian.
 - b. Produk yang ada harus lebih lengkap. Dengan mengimpor produk yang lebih lengkap dan berkualitas dapat membuat konsumen merasa puas membeli/memperbaiki mobil dari perusahaan dan akan membelinya kembali jika dibutuhkan.

5.3. Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari

variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha pada PT Sukses Selaras Sentosa selain variabel Komunikasi dan Kreativitas misalnya Persepsi Nilai, Kualitas Pelayanan, Harga, Segmentasi, Targeting dan Positioning.

2. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 171 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

Daftar Pustaka

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- 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.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- 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., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- 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., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- 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.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.

- 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
- 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.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- 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.
- 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.

- 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.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- 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., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- 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.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- 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.

- 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.

Jika Bapak/Ibu telah selesai menjawab seluruh pertanyaan, saya berharap agar kuesioner ini dikembalikan kepada yang membagi kuesioner ini. Atas partisipasi yang diberikan dalam pengisian daftar pernyataan ini, saya mengucapkan terima kasih.

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Angket Komunikasi						
1	Konsumen melihat informasi mengenai produk/ katalog PT Sukses Selaras Sentosa dari iklan/Media Cetak					
2	Iklan yang ditampilkan perusahaan menarik perhatian konsumen untuk membeli/memodifikasi.					
3	Potongan harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen ketika melakukan pembelian menarik.					
4	Souvenir dan hadiah yang diberikan menarik minat untuk melakukan pembelian/memodifikasi.					
5	Perusahaan melaksanakan kegiatan sosial bersama masyarakat.					
6	Kegiatan sosial yang dilaksanakan membuat masyarakat sekitar mengetahui keberadaan perusahaan sebagai penjual perlengkapan, dan modifikasi untuk mobil 4x4 dan <i>off road</i> .					
7	Konsumen melihat karyawan perusahaan melakukan penjualan personal ke masyarakat sekitar.					
8	Karyawan dapat meyakinkan konsumen mengenai perlengkapan yang ditawarkan melalui penjualan personal mereka.					
Angket Kreativitas						
1	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki keingintahuan yang tinggi dalam mengembangkan ide untuk memberi pemahaman terhadap pelanggan					
2	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki perlengkapan yang					

	diterima baik oleh pelanggan					
3	PT Sukses Selaras Sentosa mampu melayani permintaan konsumen yang berbeda-beda					
4	PT Sukses Selaras Sentosa tanggap mencari solusi dalam menumbuhkan kembangkan sebuah kreativitas					
5	PT Sukses Selaras Sentosa menerapkan hal-hal baru yang berasal dari ide pemikiran sendiri					
Angket Keberhasilan Usaha						
1	Laba usaha PT Sukses Selaras Sentosa meningkat seiring dengan peningkatan perlengkapan					
2	Hasil desains/pemasangan PT Sukses Selaras Sentosa mengalami peningkatan dengan bertambahnya jumlah produk yang terjual					
3	PT Sukses Selaras Sentosa menjual produk yang lengkap					
4	PT Sukses Selaras Sentosa mampu menciptakan hubungan yang baik kepada pelanggan/konsumen sehingga pelanggan/konsumen datang kembali					
5	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki citra yang baik karena produk banyak dicari oleh pelanggan sehingga pelanggan bertambah					

LAMPIRAN 2

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	104	60,8%
Perempuan	67	39,1%
Total	171	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 21 Tahun	13	7,60%
2	21-30 Tahun	72	42,10%
3	31-40 Tahun	86	50,29%
	Jumlah	171	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pengunjung

No	Tujuan Pengunjung	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pembelian <i>sparepart</i>	58	33,9%
2	<i>Service</i>	71	41,5%
3	Modifikasi	42	24,6%
	Jumlah	171	100%

LAMPIRAN 3

Tabulasi Data Uji Validitas

No	Pernyataan Komunikasi (X1)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	5	5	5	4	4	5	37
2	4	4	4	4	4	5	5	5	35
3	3	5	4	4	4	3	3	3	29
4	5	4	5	2	4	4	4	4	32
5	5	3	4	4	3	5	5	5	34
6	4	5	5	5	5	3	3	3	33
7	4	4	5	5	5	2	3	4	32
8	3	4	4	4	4	4	5	4	32
9	3	4	4	4	4	4	4	4	31
10	5	4	4	4	4	5	3	3	32
11	5	4	5	5	5	5	4	5	38
12	4	4	4	4	3	4	4	4	31
13	5	2	2	3	2	4	3	4	25
14	4	4	4	3	4	4	4	4	31
15	4	4	3	4	4	4	4	5	32
16	4	4	4	3	4	4	5	4	32
17	3	4	4	4	5	4	3	3	30
18	2	4	4	3	3	4	3	2	25
19	3	4	4	4	4	5	4	5	33
20	3	4	4	2	3	4	3	3	26
21	4	4	4	5	4	4	5	2	32
22	4	5	5	5	4	4	3	3	33
23	3	4	4	3	3	4	5	3	29
24	4	4	4	2	4	3	3	2	26
25	4	4	4	5	4	4	4	3	32
26	3	3	4	3	3	2	3	3	24
27	3	3	5	2	3	3	3	4	26
28	3	4	1	3	3	3	3	3	23
29	4	3	3	2	4	3	4	5	28
30	3	3	2	4	4	2	4	3	25

No	Pernyataan Kreativitas (X2)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	4	3	19
5	4	5	5	5	4	23
6	4	3	3	4	5	19
7	4	2	4	3	4	17
8	4	4	5	5	4	22
9	3	4	3	3	3	16
10	5	5	5	5	4	24
11	5	5	5	5	4	24
12	5	5	4	4	3	21
13	5	4	4	4	4	21
14	3	3	4	4	3	17
15	5	4	5	4	5	23
16	4	4	4	4	4	20
17	4	3	4	5	5	21
18	3	3	2	3	4	15
19	3	3	4	3	4	17
20	4	2	4	4	4	18
21	2	3	4	3	3	15
22	5	4	5	4	4	22
23	5	4	5	4	4	22
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	3	2	20
26	3	3	3	5	3	17
27	4	4	4	5	3	20
28	5	5	3	4	3	20
29	3	3	3	3	4	16
30	5	4	5	5	5	24

No	Pernyataan Keberhasilan Usaha (Y)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	3	4	13
3	3	2	4	2	4	15
4	4	4	4	2	4	18
5	3	2	4	2	4	15
6	4	3	3	5	2	17
7	4	4	4	3	2	17
8	3	3	3	5	4	18
9	4	4	4	3	2	17
10	4	3	2	4	3	16
11	3	5	3	3	4	18
12	3	4	3	4	3	17
13	3	4	2	4	4	17
14	4	4	1	2	3	14
15	4	4	4	5	4	21
16	5	4	4	5	4	22
17	4	4	4	5	5	22
18	3	3	3	3	3	15
19	5	5	5	5	4	24
20	5	5	5	4	5	24
21	4	4	4	4	3	19
22	4	4	4	4	4	20
23	2	4	3	4	5	18
24	4	3	3	4	4	18
25	5	5	5	4	3	22
26	5	5	5	5	4	24
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	5	4	4	21
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	4	3	4	21

LAMPIRAN 4

Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Komunikasi (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	-,119	,161	,185	,157	,365*	,178	,382*	,516**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		,529	,395	,327	,408	,047	,347	,037	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson	-,119	1	,486**	,456*	,593**	,140	-,047	-,163	,486**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,529		,007	,011	,001	,462	,805	,389	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson	,161	,486**	1	,260	,473**	,193	,025	,089	,594**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,395	,007		,165	,008	,307	,895	,641	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson	,185	,456*	,260	1	,554**	,182	,159	,093	,652**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,327	,011	,165		,001	,335	,402	,624	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson	,157	,593**	,473**	,554**	1	-,009	,050	,161	,641**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,408	,001	,008	,001		,962	,794	,397	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson	,365*	,140	,193	,182	-,009	1	,434*	,363*	,595**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,047	,462	,307	,335	,962		,016	,049	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson	,178	-,047	,025	,159	,050	,434*	1	,403*	,486**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,347	,805	,895	,402	,794	,016		,027	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson	,382*	-,163	,089	,093	,161	,363*	,403*	1	,540**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,037	,389	,641	,624	,397	,049	,027		,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,516**	,486**	,594**	,652**	,641**	,595**	,486**	,540**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,003	,007	,001	,000	,000	,001	,007	,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,692	8

Lampiran 5

Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Kreativitas (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,645**	,617**	,464**	,230	,809**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,010	,222	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,645**	1	,489**	,417*	-,164	,554**
	Sig. (2-tailed)	,000		,006	,022	,388	,001
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,617**	,489**	1	,487**	,186	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006		,006	,325	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,464**	,417*	,487**	1	,308	,680**
	Sig. (2-tailed)	,010	,022	,006		,098	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,230	-,164	,186	,308	1	,582**
	Sig. (2-tailed)	,222	,388	,325	,098		,001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,809**	,554**	,698**	,680**	,582**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	5

LAMPIRAN 6

Hasil Analisis Data Validitas dan Rliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,623**	,586**	,333	-,078	,677**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,072	,682	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,623**	1	,441*	,318	,124	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000		,015	,087	,513	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,586**	,441*	1	,264	,204	,802**
	Sig. (2-tailed)	,001	,015		,159	,279	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,333	,318	,264	1	,174	,551**
	Sig. (2-tailed)	,072	,087	,159		,357	,002
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-,078	,124	,204	,174	1	,459*
	Sig. (2-tailed)	,682	,513	,279	,357		,011
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,677**	,738**	,802**	,551**	,459*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,011	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	5

LAMPIRAN 7

Tabulasi Angket Responden

No	Pernyataan Komunikasi (X1)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	4	4	4	4	5	4	5	34
2	4	5	2	4	4	5	5	4	33
3	4	4	4	4	3	5	3	5	32
4	4	4	5	3	3	5	4	4	32
5	3	5	3	4	4	5	5	4	33
6	4	5	4	3	3	5	3	4	31
7	4	4	5	4	4	5	4	4	34
8	5	5	5	4	4	4	5	4	36
9	4	4	4	4	4	5	4	4	33
10	4	3	4	5	5	5	3	4	33
11	5	4	3	3	3	4	4	4	30
12	5	4	3	4	5	5	4	2	32
13	3	5	2	5	3	5	4	4	31
14	5	4	5	4	3	5	4	4	34
15	3	5	5	3	3	5	4	4	32
16	4	4	4	4	3	5	5	5	34
17	4	5	4	3	4	4	5	5	34
18	4	3	3	3	3	5	3	4	28
19	3	3	3	2	2	5	4	3	25
20	4	5	4	3	3	5	3	4	31
21	3	4	4	4	3	5	5	4	32
22	4	3	4	3	3	5	3	3	28
23	4	4	3	2	2	4	5	2	26
24	4	2	2	4	5	5	3	5	30
25	3	2	2	4	5	5	4	3	28
26	4	3	3	4	4	5	3	3	29
27	4	2	2	4	4	5	3	4	28
28	3	3	3	3	3	5	3	3	26
29	3	3	3	4	3	4	4	5	29
30	2	3	3	3	3	5	4	5	28
31	4	2	4	3	4	5	3	4	29
32	3	4	3	4	3	4	2	3	26

33	5	4	3	4	4	5	4	2	31
34	3	3	3	3	3	5	2	3	25
35	4	3	3	3	4	5	4	3	29
36	3	3	4	4	3	5	4	4	30
37	3	3	3	4	3	5	4	4	29
38	4	3	4	4	3	4	3	3	28
39	3	2	3	3	4	4	4	4	27
40	5	3	3	3	4	4	2	4	28
41	3	3	2	3	3	4	3	3	24
42	3	4	3	4	3	4	3	3	27
43	3	3	3	4	3	5	3	3	27
44	4	4	3	3	4	4	3	3	28
45	2	3	3	4	3	4	3	3	25
46	3	3	3	3	3	5	3	3	26
47	3	3	3	4	3	4	3	3	26
48	3	3	3	3	4	4	4	3	27
49	4	2	3	4	3	5	3	2	26
50	4	3	3	3	4	5	3	4	29
51	3	3	4	4	3	5	3	3	28
52	5	3	3	3	4	5	3	3	29
53	4	4	3	4	4	5	4	3	31
54	3	3	3	3	4	4	3	3	26
55	3	3	3	4	3	4	4	3	27
56	3	3	3	4	4	4	4	4	29
57	4	2	4	3	4	5	4	3	29
58	3	5	3	4	4	5	4	4	32
59	3	3	3	3	3	5	3	5	28
60	3	2	3	4	3	5	3	4	27
61	3	3	3	2	4	5	3	3	26
62	4	3	3	4	4	4	4	3	29
63	4	3	3	5	3	5	3	4	30
64	3	4	3	4	4	4	4	4	30
65	4	3	3	3	4	4	3	3	27
66	3	3	3	3	4	2	3	3	24
67	3	4	3	3	3	5	3	3	27
68	5	3	3	4	3	4	4	3	29
69	4	3	3	3	4	4	3	3	27

70	3	2	3	3	3	5	3	3	25
71	4	3	3	4	3	5	3	3	28
72	4	3	3	3	4	5	3	3	28
73	4	3	3	3	3	4	4	4	28
74	4	3	3	2	4	5	3	4	28
75	3	3	4	3	3	5	3	3	27
76	3	3	3	4	3	5	5	4	30
77	3	4	3	3	4	5	5	5	32
78	3	3	3	4	3	4	4	3	27
79	4	3	3	3	4	5	3	4	29
80	3	3	3	4	3	2	4	5	27
81	3	3	3	3	4	2	4	3	25
82	3	3	3	4	3	4	4	5	29
83	3	4	3	3	4	5	3	5	30
84	4	3	3	4	3	5	4	4	30
85	4	3	4	3	3	4	4	4	29
86	4	3	3	4	3	5	5	5	32
87	4	3	3	4	4	4	4	4	30
88	4	4	4	3	4	3	3	4	29
89	3	3	3	3	3	3	4	5	27
90	4	4	3	5	4	5	4	5	34
91	5	3	4	5	4	4	4	5	34
92	3	4	3	4	4	5	4	5	32
93	3	3	4	3	3	4	4	4	28
94	4	4	3	4	3	3	4	4	29
95	4	3	3	4	5	5	4	4	32
96	3	3	3	3	4	5	5	4	30
97	3	3	4	3	3	4	4	3	27
98	4	3	3	3	4	4	4	3	28
99	3	3	3	3	3	4	4	3	26
100	4	4	3	4	3	4	4	4	30
101	3	3	3	3	4	5	5	5	31
102	4	4	4	3	3	3	5	5	31
103	4	4	4	3	4	5	4	3	31
104	2	4	2	3	3	3	3	4	24
105	4	4	3	3	3	5	4	3	29
106	3	4	3	4	4	5	4	4	31

107	2	4	5	4	4	3	3	4	29
108	4	4	4	4	4	5	4	3	32
109	4	4	3	3	3	4	4	4	29
110	4	4	3	3	2	4	3	4	27
111	4	4	3	3	3	3	4	3	27
112	3	3	4	4	3	3	3	4	27
113	2	3	4	4	3	4	4	4	28
114	4	3	4	3	4	4	3	3	28
115	5	5	3	4	3	4	3	3	30
116	3	4	4	4	4	4	4	5	32
117	4	3	3	3	3	4	4	3	27
118	5	3	4	4	3	4	4	4	31
119	5	5	4	4	3	4	4	4	33
120	4	4	4	3	4	4	4	4	31
121	4	3	5	3	2	3	4	5	29
122	3	3	3	4	2	4	5	3	27
123	3	3	4	4	4	4	4	4	30
124	2	3	5	3	2	3	4	5	27
125	5	3	4	4	3	3	5	4	31
126	5	5	3	4	5	3	3	3	31
127	4	4	4	3	4	3	4	4	30
128	4	4	3	3	2	3	3	3	25
129	3	3	3	3	4	3	3	3	25
130	3	3	2	3	4	3	5	4	27
131	4	4	3	4	3	3	3	3	27
132	4	4	4	4	3	3	3	4	29
133	4	4	3	4	5	3	3	3	29
134	3	4	2	3	4	3	4	4	27
135	2	3	2	4	3	4	4	4	26
136	2	3	2	3	3	3	5	4	25
137	3	3	3	4	3	3	5	4	28
138	2	4	2	4	4	4	3	4	27
139	3	3	3	3	4	3	4	3	26
140	3	4	3	4	3	3	5	4	29
141	3	3	3	4	3	3	3	3	25
142	4	2	3	3	3	3	4	3	25
143	3	3	3	3	3	3	4	4	26

144	3	3	4	4	4	4	4	4	30
145	3	4	3	3	4	3	3	3	26
146	3	3	3	3	3	3	4	3	25
147	4	3	3	4	4	3	3	3	27
148	3	3	3	3	4	3	4	3	26
149	4	3	3	3	3	4	3	3	26
150	3	3	4	4	4	3	4	4	29
151	3	3	3	4	4	3	3	3	26
152	2	4	3	4	4	3	4	3	27
153	3	3	2	3	3	3	4	3	24
154	3	3	3	3	4	3	3	4	26
155	3	3	3	4	4	4	4	3	28
156	3	3	3	3	3	3	3	4	25
157	3	3	3	4	3	5	4	4	29
158	3	3	3	3	4	4	4	4	28
159	3	4	3	4	3	3	5	5	30
160	3	3	2	4	3	4	4	3	26
161	3	3	4	4	3	3	3	5	28
162	4	3	3	3	3	3	2	4	25
163	3	3	3	4	3	2	5	5	28
164	3	3	3	4	4	3	2	4	26
165	3	3	3	3	3	4	5	4	28
166	3	4	4	4	4	3	3	4	29
167	3	2	4	3	3	2	5	3	25
168	4	3	3	4	4	4	3	4	29
169	3	3	3	4	4	4	4	2	27
170	3	3	3	4	3	4	3	3	26
171	3	2	3	3	4	4	4	4	27

No	Pernyataan Kreativitas (X2)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	4	5	4	4	29
2	5	4	5	4	5	30
3	4	4	4	4	4	27
4	3	3	3	4	4	25
5	4	4	4	3	5	27
6	3	3	3	4	5	27
7	4	4	4	4	4	27
8	4	4	4	5	5	29
9	4	4	4	4	4	28
10	5	5	5	4	3	29
11	3	3	3	5	4	26
12	3	4	3	3	4	22
13	4	5	4	4	4	28
14	3	4	3	3	3	25
15	3	3	3	4	3	25
16	4	4	4	3	2	23
17	3	3	3	3	3	21
18	3	3	3	3	5	25
19	3	2	3	3	3	21
20	3	3	3	2	4	22
21	3	4	3	3	5	25
22	3	3	3	3	4	22
23	3	2	3	4	5	24
24	4	4	4	4	5	28
25	4	4	4	4	3	26
26	4	4	4	4	5	28
27	4	4	4	3	4	26
28	4	3	4	3	3	25
29	3	4	3	3	3	24
30	4	3	4	3	4	25
31	2	3	2	4	2	21
32	3	4	3	3	4	25
33	3	4	3	5	4	26
34	3	3	3	3	3	23
35	3	3	3	4	3	25

36	3	4	3	3	3	24
37	3	4	3	3	3	22
38	3	4	3	4	3	24
39	3	3	3	3	2	22
40	3	3	3	5	3	24
41	3	3	3	3	3	22
42	3	4	3	3	4	24
43	4	4	4	3	3	24
44	3	3	3	4	4	25
45	3	4	3	2	3	21
46	4	3	4	3	3	22
47	3	4	3	3	3	25
48	3	3	3	3	3	21
49	3	4	3	4	2	24
50	3	3	3	4	3	22
51	3	4	3	3	3	23
52	4	3	4	5	3	25
53	3	4	3	4	4	26
54	3	3	3	3	3	23
55	3	4	3	3	3	23
56	3	4	3	3	3	25
57	3	3	3	4	2	23
58	4	4	4	3	5	28
59	3	3	3	3	3	24
60	3	4	3	3	2	23
61	3	2	3	3	3	20
62	3	4	3	4	3	24
63	3	5	4	4	5	27
64	3	4	4	4	3	24
65	3	3	4	4	5	25
66	3	3	3	3	3	21
67	3	3	3	4	3	22
68	3	4	2	3	3	20
69	4	3	3	3	3	22
70	3	3	3	2	3	21
71	3	4	3	3	3	22
72	3	3	4	3	3	23

73	3	3	3	3	3	23
74	3	2	3	3	3	19
75	4	3	2	3	4	23
76	3	4	3	3	3	25
77	3	3	3	4	3	24
78	3	4	4	3	3	26
79	3	3	3	3	3	23
80	4	4	3	3	3	25
81	3	3	3	3	3	23
82	3	4	3	3	3	23
83	4	3	3	4	3	24
84	3	4	3	3	3	24
85	3	3	3	3	4	24
86	4	4	3	3	3	25
87	3	4	5	3	3	25
88	4	3	3	4	4	28
89	3	3	3	3	3	22
90	4	5	4	4	3	27
91	3	5	3	3	4	25
92	3	4	4	4	3	24
93	3	3	3	3	4	23
94	3	4	3	4	3	24
95	3	4	4	3	3	25
96	3	3	4	3	3	23
97	3	3	3	3	4	25
98	3	3	3	3	3	22
99	3	3	4	3	3	21
100	3	4	3	4	3	24
101	3	3	3	3	3	23
102	3	3	4	4	4	26
103	4	3	4	4	4	29
104	3	3	2	4	2	20
105	4	3	3	4	3	26
106	5	4	3	4	3	27
107	4	4	3	4	5	27
108	4	4	2	4	4	24
109	4	3	5	4	3	26

110	3	3	5	4	3	25
111	3	3	4	4	3	26
112	4	4	4	3	4	26
113	4	3	5	5	4	29
114	3	3	2	5	4	24
115	4	3	4	4	4	24
116	4	4	4	5	4	28
117	2	2	3	4	3	21
118	3	2	4	5	4	24
119	3	4	4	5	4	27
120	5	5	4	5	5	29
121	4	4	4	5	4	27
122	3	4	3	4	4	25
123	3	4	3	4	5	25
124	3	4	3	4	5	26
125	4	2	4	5	3	24
126	3	4	5	4	5	28
127	4	5	5	5	3	30
128	3	4	4	4	4	26
129	4	4	4	3	4	24
130	3	4	4	5	4	27
131	3	4	4	5	3	25
132	4	4	3	5	4	26
133	3	4	4	4	3	23
134	4	4	4	3	4	25
135	4	4	5	4	4	29
136	4	4	4	4	4	26
137	4	3	4	3	3	23
138	3	4	4	4	4	26
139	4	4	4	4	4	26
140	4	3	3	4	3	24
141	3	4	4	3	3	23
142	5	3	4	3	2	23
143	3	3	3	4	4	23
144	4	3	4	3	3	23
145	3	4	3	3	5	23
146	3	3	3	5	3	23

147	3	4	3	3	4	23
148	3	3	3	4	3	22
149	3	4	3	3	3	24
150	4	3	4	3	4	24
151	4	3	4	4	3	24
152	5	3	4	2	5	25
153	3	4	3	4	3	23
154	2	5	4	3	3	25
155	3	3	4	4	3	24
156	5	3	3	3	4	23
157	3	3	5	5	2	24
158	4	3	3	3	3	22
159	3	3	4	4	3	23
160	3	3	2	5	3	23
161	3	3	4	5	4	25
162	5	5	3	3	4	26
163	3	4	4	4	3	25
164	3	3	3	3	5	22
165	4	4	3	3	4	24
166	4	3	4	4	3	23
167	3	3	4	3	3	22
168	4	4	3	3	3	24
169	4	3	3	4	4	27
170	4	4	4	3	3	27
171	4	3	4	4	3	26

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

36	4	3	4	3	4	21
37	4	3	3	3	3	19
38	4	3	2	5	3	20
39	3	4	3	3	4	21
40	3	4	3	5	4	22
41	3	3	4	3	4	20
42	4	3	3	3	3	19
43	4	3	4	4	3	21
44	3	4	3	3	4	20
45	4	3	4	4	3	21
46	3	3	3	3	4	19
47	4	3	3	3	3	19
48	3	4	4	3	4	21
49	4	3	2	5	4	21
50	3	4	4	3	4	21
51	4	3	2	5	3	20
52	3	4	4	3	4	21
53	4	4	3	3	4	22
54	3	4	4	3	3	20
55	4	3	4	4	4	22
56	4	4	4	3	3	21
57	3	4	4	4	4	23
58	4	4	3	5	4	23
59	3	3	3	4	4	21
60	4	3	3	3	3	19
61	2	4	4	3	3	19
62	4	4	3	4	3	21
63	5	3	4	4	4	23
64	4	4	3	3	3	20
65	3	4	4	3	3	20
66	3	4	3	3	3	19
67	3	3	4	4	3	20
68	4	3	3	4	4	20
69	3	4	4	3	3	20
70	3	3	3	3	4	19
71	4	3	3	4	3	20
72	3	4	4	4	3	22

73	3	3	4	3	3	20
74	2	4	3	4	4	21
75	3	3	3	3	3	19
76	4	3	3	3	3	20
77	3	4	3	4	4	22
78	4	3	4	4	3	21
79	3	4	4	3	4	22
80	4	3	3	4	3	22
81	3	4	4	4	3	23
82	4	3	3	3	4	22
83	3	4	3	4	3	22
84	4	3	3	5	3	22
85	3	3	4	3	4	21
86	4	3	5	4	3	23
87	4	4	3	4	3	22
88	3	4	3	3	5	21
89	3	3	4	4	3	20
90	5	4	4	5	3	24
91	5	4	3	3	5	24
92	4	4	3	3	3	22
93	3	3	3	4	5	23
94	4	3	4	3	4	23
95	4	5	3	3	3	23
96	3	4	4	4	3	23
97	3	3	4	3	4	21
98	3	4	4	4	3	21
99	3	3	4	4	3	20
100	4	3	3	4	4	23
101	3	4	4	3	3	22
102	3	3	3	2	5	21
103	3	4	4	3	4	23
104	3	3	3	4	3	20
105	3	3	4	3	3	20
106	4	4	5	3	4	24
107	4	4	4	3	4	24
108	4	4	5	4	3	24
109	3	3	2	3	4	20

110	3	2	3	4	3	19
111	3	3	3	3	3	19
112	4	3	3	4	3	22
113	4	4	3	4	5	24
114	3	3	3	3	2	18
115	4	4	3	4	4	23
116	3	4	4	4	4	22
117	4	3	2	2	3	17
118	3	4	2	3	4	20
119	3	4	4	3	4	22
120	3	5	5	5	4	26
121	4	4	4	4	4	25
122	2	4	4	3	3	20
123	2	3	4	3	3	20
124	4	4	4	3	3	22
125	2	5	2	4	4	21
126	3	2	4	3	5	22
127	5	3	5	4	5	26
128	4	3	4	3	4	22
129	2	3	4	4	4	21
130	4	2	4	3	4	20
131	4	2	4	3	4	20
132	3	4	4	4	3	22
133	3	3	4	3	4	21
134	5	4	4	4	4	25
135	4	4	4	4	5	25
136	3	4	4	4	4	23
137	3	5	3	4	4	23
138	3	3	4	3	4	20
139	4	3	4	4	4	22
140	4	3	3	4	3	20
141	3	4	4	3	4	21
142	3	3	3	5	4	21
143	3	3	3	3	3	18
144	3	3	3	4	4	21
145	4	4	4	3	3	21
146	4	4	3	3	3	20

147	3	3	4	3	3	19
148	4	4	3	3	3	20
149	4	4	4	3	3	21
150	3	3	3	4	4	20
151	4	4	3	4	4	23
152	4	4	3	5	4	22
153	4	3	4	3	3	20
154	3	3	5	2	4	20
155	4	4	3	3	4	21
156	4	4	3	5	3	21
157	3	3	3	3	5	20
158	3	4	3	4	3	21
159	4	3	3	3	4	20
160	3	4	3	3	2	18
161	3	2	3	3	4	18
162	3	3	5	5	3	22
163	3	4	4	3	4	21
164	3	4	3	3	3	20
165	4	4	4	4	3	22
166	3	3	3	4	4	20
167	4	4	3	3	4	21
168	3	3	4	4	3	20
169	4	4	3	4	3	21
170	4	3	4	4	4	23
171	3	3	3	4	4	20

LAMPIRAN 8

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

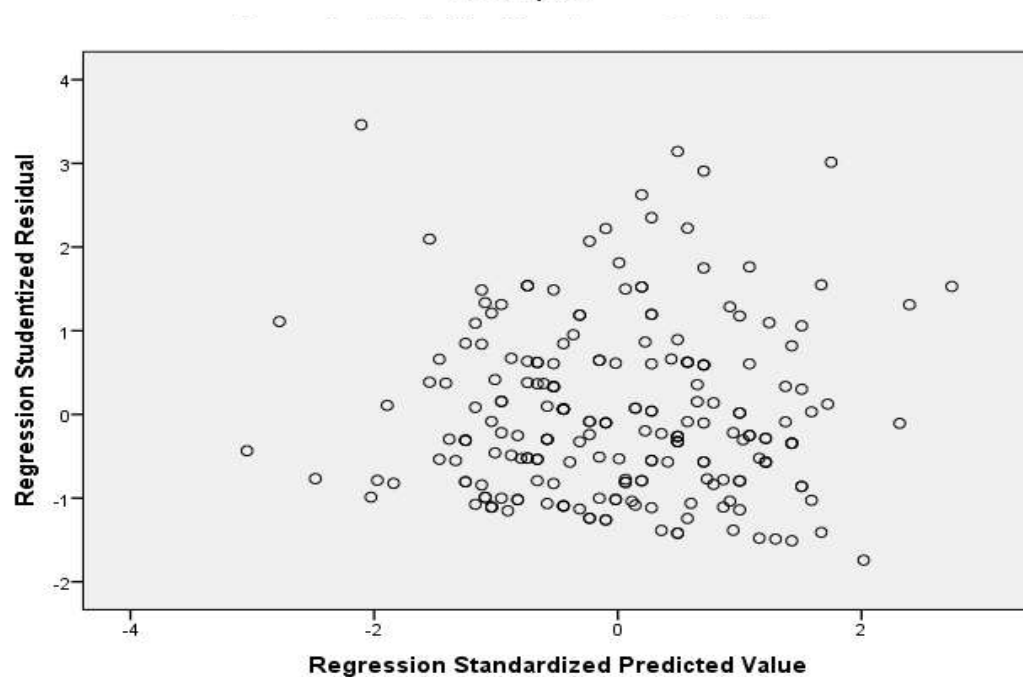
		Unstandardized Residual
N		171
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47133153
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,033
Kolmogorov-Smirnov Z		,691
Asymp. Sig. (2-tailed)		,726

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Scatterplot



LAMPIRAN 9

Analisis Data

Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,567 ^a	,322	,316	1,478

a. Predictors: (Constant), kreativitas, Komunikasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	219,006	2	109,503	50,108	,000 ^a
Residual	461,106	211	2,185		
Total	680,112	213			

a. Predictors: (Constant), kreativitas, Komunikasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,780	1,448		4,681	,000		
Komunikasi	,228	,045	,309	5,094	,000	,871	1,148
kreativitas	,323	,052	,377	6,210	,000	,871	1,148

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Daftar Pustaka

- Abdul, S. (2015). *Pengaruh Komunikasi Internal Dan Pendidikan Perkoperasian Karyawan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Koperasi Swadharma Jakarta*. Universitas Negeri Jakarta.
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 168–178. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azizah, S. N., & Ma'rifah, D. (2017). Motivasi Usaha Sebagai Mediator Hubungan antara Perilaku Inovatif dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Pengusaha Batik Tulis di Kabupaten Kebumen. *Performance*, 24(2), 10–18. <https://doi.org/10.20884/1.performance.2017.24.2.695>
- Boubakary, & Moskoläi, D. D. (2016). The influence of the implementation of CSR on business strategy: An empirical approach based on Cameroonian enterprises. *Arab Economic and Business Journal*, 11(2), 162–171. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2016.04.001>
- Ekasari, N. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(2008), 1–15. <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/JSSH/article/view/5248>
- Filimowicz, M. (2020). *Reimagining Communication: Meaning* (berilustra). Routledge.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- Hutagalung. (2010). *Kewirausahaan*. USU Pers.
- Kasmir. (2019). *Kewirausahaan*. PT Grafindo Persada.
- Khan, F. (2012). Achieving Success through Effective Business Communication. *Information and Knowledge Management*, 2(2), 46–50. <http://www.iiste.org/Journals/index.php/IKM/article/view/1449>
- Kutner, M.H., Nachtsheim, C.J., & Neter, J. (2004). *Applied Linear Regression Models*, 4 th ed, New York, McGraw-Hill Companies, Inc

- Latan & Temalagi. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu.
- Noor, H. F. (2017). *Ekonomi Manajerial*. Raja Grafindo Persada.
- Novina. (2016). *Peranan Komunikasi Terhadap Aktivitas Pegawai pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Pasar Helvetia Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Pradana, A. E. (2019). Pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Petani Lele di Kota Madiun. *SIMBA*, 807–818. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/1197>
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2664>
- Prawira, S. S. (2018). Pengaruh Komunikasi Dan Peluang Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Survey Di Sentra Kulit Sepatu Cibaduyut. *JBPTUNIKOMPP*.
- Priyatno, Duwi. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.
- Purnama, C. (2020). Motivasi Usaha Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil. *Jurnal Akuntansi Riset*, 2(2), 400–408. <https://www.ejurnalunsam.id/index.php/jseb/article/view/1413/1147>
- Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*. Erlangga.
- Rinaldi. (2019). Pengaruh motivasi belajar dan disiplin belajar terhadap prestasi belajar ekonomi. *Niagawan*, 8(3), 148–152. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view/15573/12319>
- Saiman. (2014). *Teori, Praktik dan Kasus-Kasus* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Sanusi, Anwar. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sarwono, J. (2014). *Teknik Jitu Memilih Prosedur Analisis Skripsi*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=y4hKDwAAQBAJ>

- Selvina. (2017). *Analisis Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Merek Handphone dengan Menggunakan Analisis Faktor*. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Susanto, Ahmad. 2014. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wijanarka, A. (2018). Pengaruh Komunikasi dan Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan [Universitas Sanata Dharma]. In *Universitas Sanata Dharma*. papers2://publication/uuid/512EBCE8-D635-4348-A67D-22DD52988F4C

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Jika Bapak/Ibu telah selesai menjawab seluruh pertanyaan, saya berharap agar kuesioner ini dikembalikan kepada yang membagi kuesioner ini. Atas partisipasi yang diberikan dalam pengisian daftar pernyataan ini, saya mengucapkan terima kasih.

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Angket Komunikasi						
1	Konsumen melihat informasi mengenai produk/ katalog PT Sukses Selaras Sentosa dari iklan/Media Cetak					
2	Iklan yang ditampilkan perusahaan menarik perhatian konsumen untuk membeli/memodifikasi.					
3	Potongan harga yang diberikan perusahaan kepada konsumen ketika melakukan pembelian menarik.					
4	Souvenir dan hadiah yang diberikan menarik minat untuk melakukan pembelian/memodifikasi.					
5	Perusahaan melaksanakan kegiatan sosial bersama masyarakat.					
6	Kegiatan sosial yang dilaksanakan membuat masyarakat sekitar mengetahui keberadaan perusahaan sebagai penjual perlengkapan, dan modifikasi untuk mobil 4x4 dan <i>off road</i> .					
7	Konsumen melihat karyawan perusahaan melakukan penjualan personal ke masyarakat sekitar.					
8	Karyawan dapat meyakinkan konsumen mengenai perlengkapan yang ditawarkan melalui penjualan personal mereka.					
Angket Kreativitas						
1	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki keingintahuan yang					

	tinggi dalam mengembangkan ide untuk memberi pemahaman terhadap pelanggan					
2	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki perlengkapan yang diterima baik oleh pelanggan					
3	PT Sukses Selaras Sentosa mampu melayani permintaan konsumen yang berbeda-beda					
4	PT Sukses Selaras Sentosa tanggap mencari solusi dalam menumbuhkan kembangkan sebuah kreativitas					
5	PT Sukses Selaras Sentosa menerapkan hal-hal baru yang berasal dari ide pemikiran sendiri					
Angket Keberhasilan Usaha						
1	Laba usaha PT Sukses Selaras Sentosa meningkat seiring dengan peningkatan perlengkapan					
2	Hasil desains/pemasangan PT Sukses Selaras Sentosa mengalami peningkatan dengan bertambahnya jumlah produk yang terjual					
3	PT Sukses Selaras Sentosa menjual produk yang lengkap					
4	PT Sukses Selaras Sentosa mampu menciptakan hubungan yang baik kepada pelanggan/konsumen sehingga pelanggan/konsumen datang kembali					
5	PT Sukses Selaras Sentosa memiliki citra yang baik karena produk banyak dicari oleh pelanggan sehingga pelanggan bertambah					

LAMPIRAN 2

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	104	60,8%
Perempuan	67	39,1%
Total	171	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 21 Tahun	13	7,60%
2	21-30 Tahun	72	42,10%
3	31-40 Tahun	86	50,29%
	Jumlah	171	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pengunjung

No	Tujuan Pengunjung	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pembelian <i>sparepart</i>	58	33,9%
2	<i>Service</i>	71	41,5%
3	Modifikasi	42	24,6%
	Jumlah	171	100%

LAMPIRAN 3

Tabulasi Data Uji Validitas

No	Pernyataan Komunikasi (X1)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	5	5	5	4	4	5	37
2	4	4	4	4	4	5	5	5	35
3	3	5	4	4	4	3	3	3	29
4	5	4	5	2	4	4	4	4	32
5	5	3	4	4	3	5	5	5	34
6	4	5	5	5	5	3	3	3	33
7	4	4	5	5	5	2	3	4	32
8	3	4	4	4	4	4	5	4	32
9	3	4	4	4	4	4	4	4	31
10	5	4	4	4	4	5	3	3	32
11	5	4	5	5	5	5	4	5	38
12	4	4	4	4	3	4	4	4	31
13	5	2	2	3	2	4	3	4	25
14	4	4	4	3	4	4	4	4	31
15	4	4	3	4	4	4	4	5	32
16	4	4	4	3	4	4	5	4	32
17	3	4	4	4	5	4	3	3	30
18	2	4	4	3	3	4	3	2	25
19	3	4	4	4	4	5	4	5	33
20	3	4	4	2	3	4	3	3	26
21	4	4	4	5	4	4	5	2	32
22	4	5	5	5	4	4	3	3	33
23	3	4	4	3	3	4	5	3	29
24	4	4	4	2	4	3	3	2	26
25	4	4	4	5	4	4	4	3	32
26	3	3	4	3	3	2	3	3	24
27	3	3	5	2	3	3	3	4	26
28	3	4	1	3	3	3	3	3	23
29	4	3	3	2	4	3	4	5	28
30	3	3	2	4	4	2	4	3	25

No	Pernyataan Kreativitas (X2)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	4	3	19
5	4	5	5	5	4	23
6	4	3	3	4	5	19
7	4	2	4	3	4	17
8	4	4	5	5	4	22
9	3	4	3	3	3	16
10	5	5	5	5	4	24
11	5	5	5	5	4	24
12	5	5	4	4	3	21
13	5	4	4	4	4	21
14	3	3	4	4	3	17
15	5	4	5	4	5	23
16	4	4	4	4	4	20
17	4	3	4	5	5	21
18	3	3	2	3	4	15
19	3	3	4	3	4	17
20	4	2	4	4	4	18
21	2	3	4	3	3	15
22	5	4	5	4	4	22
23	5	4	5	4	4	22
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	3	2	20
26	3	3	3	5	3	17
27	4	4	4	5	3	20
28	5	5	3	4	3	20
29	3	3	3	3	4	16
30	5	4	5	5	5	24

No	Pernyataan Keberhasilan Usaha (Y)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	3	4	13
3	3	2	4	2	4	15
4	4	4	4	2	4	18
5	3	2	4	2	4	15
6	4	3	3	5	2	17
7	4	4	4	3	2	17
8	3	3	3	5	4	18
9	4	4	4	3	2	17
10	4	3	2	4	3	16
11	3	5	3	3	4	18
12	3	4	3	4	3	17
13	3	4	2	4	4	17
14	4	4	1	2	3	14
15	4	4	4	5	4	21
16	5	4	4	5	4	22
17	4	4	4	5	5	22
18	3	3	3	3	3	15
19	5	5	5	5	4	24
20	5	5	5	4	5	24
21	4	4	4	4	3	19
22	4	4	4	4	4	20
23	2	4	3	4	5	18
24	4	3	3	4	4	18
25	5	5	5	4	3	22
26	5	5	5	5	4	24
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	5	4	4	21
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	4	3	4	21

LAMPIRAN 4

Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Komunikasi (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	-,119	,161	,185	,157	,365*	,178	,382*	,516**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		,529	,395	,327	,408	,047	,347	,037	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson	-,119	1	,486**	,456*	,593**	,140	-,047	-,163	,486**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,529		,007	,011	,001	,462	,805	,389	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson	,161	,486**	1	,260	,473**	,193	,025	,089	,594**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,395	,007		,165	,008	,307	,895	,641	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson	,185	,456*	,260	1	,554**	,182	,159	,093	,652**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,327	,011	,165		,001	,335	,402	,624	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson	,157	,593**	,473**	,554**	1	-,009	,050	,161	,641**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,408	,001	,008	,001		,962	,794	,397	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson	,365*	,140	,193	,182	-,009	1	,434*	,363*	,595**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,047	,462	,307	,335	,962		,016	,049	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson	,178	-,047	,025	,159	,050	,434*	1	,403*	,486**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,347	,805	,895	,402	,794	,016		,027	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson	,382*	-,163	,089	,093	,161	,363*	,403*	1	,540**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,037	,389	,641	,624	,397	,049	,027		,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,516**	,486**	,594**	,652**	,641**	,595**	,486**	,540**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	,003	,007	,001	,000	,000	,001	,007	,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,692	8

Lampiran 5

Hasil Analisis Data Validitas dan Reliabilitas Kreativitas (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,645**	,617**	,464**	,230	,809**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,010	,222	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,645**	1	,489**	,417*	-,164	,554**
	Sig. (2-tailed)	,000		,006	,022	,388	,001
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,617**	,489**	1	,487**	,186	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006		,006	,325	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,464**	,417*	,487**	1	,308	,680**
	Sig. (2-tailed)	,010	,022	,006		,098	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,230	-,164	,186	,308	1	,582**
	Sig. (2-tailed)	,222	,388	,325	,098		,001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,809**	,554**	,698**	,680**	,582**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	5

LAMPIRAN 6

Hasil Analisis Data Validitas dan Rliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,623**	,586**	,333	-,078	,677**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,072	,682	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,623**	1	,441*	,318	,124	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000		,015	,087	,513	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,586**	,441*	1	,264	,204	,802**
	Sig. (2-tailed)	,001	,015		,159	,279	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,333	,318	,264	1	,174	,551**
	Sig. (2-tailed)	,072	,087	,159		,357	,002
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	-,078	,124	,204	,174	1	,459*
	Sig. (2-tailed)	,682	,513	,279	,357		,011
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,677**	,738**	,802**	,551**	,459*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,011	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	5

LAMPIRAN 7

Tabulasi Angket Responden

No	Pernyataan Komunikasi (X1)								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	4	4	4	4	5	4	5	34
2	4	5	2	4	4	5	5	4	33
3	4	4	4	4	3	5	3	5	32
4	4	4	5	3	3	5	4	4	32
5	3	5	3	4	4	5	5	4	33
6	4	5	4	3	3	5	3	4	31
7	4	4	5	4	4	5	4	4	34
8	5	5	5	4	4	4	5	4	36
9	4	4	4	4	4	5	4	4	33
10	4	3	4	5	5	5	3	4	33
11	5	4	3	3	3	4	4	4	30
12	5	4	3	4	5	5	4	2	32
13	3	5	2	5	3	5	4	4	31
14	5	4	5	4	3	5	4	4	34
15	3	5	5	3	3	5	4	4	32
16	4	4	4	4	3	5	5	5	34
17	4	5	4	3	4	4	5	5	34
18	4	3	3	3	3	5	3	4	28
19	3	3	3	2	2	5	4	3	25
20	4	5	4	3	3	5	3	4	31

21	3	4	4	4	3	5	5	4	32
22	4	3	4	3	3	5	3	3	28
23	4	4	3	2	2	4	5	2	26
24	4	2	2	4	5	5	3	5	30
25	3	2	2	4	5	5	4	3	28
26	4	3	3	4	4	5	3	3	29
27	4	2	2	4	4	5	3	4	28
28	3	3	3	3	3	5	3	3	26
29	3	3	3	4	3	4	4	5	29
30	2	3	3	3	3	5	4	5	28
31	4	2	4	3	4	5	3	4	29
32	3	4	3	4	3	4	2	3	26
33	5	4	3	4	4	5	4	2	31
34	3	3	3	3	3	5	2	3	25
35	4	3	3	3	4	5	4	3	29
36	3	3	4	4	3	5	4	4	30
37	3	3	3	4	3	5	4	4	29
38	4	3	4	4	3	4	3	3	28
39	3	2	3	3	4	4	4	4	27
40	5	3	3	3	4	4	2	4	28
41	3	3	2	3	3	4	3	3	24
42	3	4	3	4	3	4	3	3	27
43	3	3	3	4	3	5	3	3	27
44	4	4	3	3	4	4	3	3	28

45	2	3	3	4	3	4	3	3	25
46	3	3	3	3	3	5	3	3	26
47	3	3	3	4	3	4	3	3	26
48	3	3	3	3	4	4	4	3	27
49	4	2	3	4	3	5	3	2	26
50	4	3	3	3	4	5	3	4	29
51	3	3	4	4	3	5	3	3	28
52	5	3	3	3	4	5	3	3	29
53	4	4	3	4	4	5	4	3	31
54	3	3	3	3	4	4	3	3	26
55	3	3	3	4	3	4	4	3	27
56	3	3	3	4	4	4	4	4	29
57	4	2	4	3	4	5	4	3	29
58	3	5	3	4	4	5	4	4	32
59	3	3	3	3	3	5	3	5	28
60	3	2	3	4	3	5	3	4	27
61	3	3	3	2	4	5	3	3	26
62	4	3	3	4	4	4	4	3	29
63	4	3	3	5	3	5	3	4	30
64	3	4	3	4	4	4	4	4	30
65	4	3	3	3	4	4	3	3	27
66	3	3	3	3	4	2	3	3	24
67	3	4	3	3	3	5	3	3	27
68	5	3	3	4	3	4	4	3	29

69	4	3	3	3	4	4	3	3	27
70	3	2	3	3	3	5	3	3	25
71	4	3	3	4	3	5	3	3	28
72	4	3	3	3	4	5	3	3	28
73	4	3	3	3	3	4	4	4	28
74	4	3	3	2	4	5	3	4	28
75	3	3	4	3	3	5	3	3	27
76	3	3	3	4	3	5	5	4	30
77	3	4	3	3	4	5	5	5	32
78	3	3	3	4	3	4	4	3	27
79	4	3	3	3	4	5	3	4	29
80	3	3	3	4	3	2	4	5	27
81	3	3	3	3	4	2	4	3	25
82	3	3	3	4	3	4	4	5	29
83	3	4	3	3	4	5	3	5	30
84	4	3	3	4	3	5	4	4	30
85	4	3	4	3	3	4	4	4	29
86	4	3	3	4	3	5	5	5	32
87	4	3	3	4	4	4	4	4	30
88	4	4	4	3	4	3	3	4	29
89	3	3	3	3	3	3	4	5	27
90	4	4	3	5	4	5	4	5	34
91	5	3	4	5	4	4	4	5	34
92	3	4	3	4	4	5	4	5	32

93	3	3	4	3	3	4	4	4	28
94	4	4	3	4	3	3	4	4	29
95	4	3	3	4	5	5	4	4	32
96	3	3	3	3	4	5	5	4	30
97	3	3	4	3	3	4	4	3	27
98	4	3	3	3	4	4	4	3	28
99	3	3	3	3	3	4	4	3	26
100	4	4	3	4	3	4	4	4	30
101	3	3	3	3	4	5	5	5	31
102	4	4	4	3	3	3	5	5	31
103	4	4	4	3	4	5	4	3	31
104	2	4	2	3	3	3	3	4	24
105	4	4	3	3	3	5	4	3	29
106	3	4	3	4	4	5	4	4	31
107	2	4	5	4	4	3	3	4	29
108	4	4	4	4	4	5	4	3	32
109	4	4	3	3	3	4	4	4	29
110	4	4	3	3	2	4	3	4	27
111	4	4	3	3	3	3	4	3	27
112	3	3	4	4	3	3	3	4	27
113	2	3	4	4	3	4	4	4	28
114	4	3	4	3	4	4	3	3	28
115	5	5	3	4	3	4	3	3	30
116	3	4	4	4	4	4	4	5	32

117	4	3	3	3	3	4	4	3	27
118	5	3	4	4	3	4	4	4	31
119	5	5	4	4	3	4	4	4	33
120	4	4	4	3	4	4	4	4	31
121	4	3	5	3	2	3	4	5	29
122	3	3	3	4	2	4	5	3	27
123	3	3	4	4	4	4	4	4	30
124	2	3	5	3	2	3	4	5	27
125	5	3	4	4	3	3	5	4	31
126	5	5	3	4	5	3	3	3	31
127	4	4	4	3	4	3	4	4	30
128	4	4	3	3	2	3	3	3	25
129	3	3	3	3	4	3	3	3	25
130	3	3	2	3	4	3	5	4	27
131	4	4	3	4	3	3	3	3	27
132	4	4	4	4	3	3	3	4	29
133	4	4	3	4	5	3	3	3	29
134	3	4	2	3	4	3	4	4	27
135	2	3	2	4	3	4	4	4	26
136	2	3	2	3	3	3	5	4	25
137	3	3	3	4	3	3	5	4	28
138	2	4	2	4	4	4	3	4	27
139	3	3	3	3	4	3	4	3	26
140	3	4	3	4	3	3	5	4	29

141	3	3	3	4	3	3	3	3	25
142	4	2	3	3	3	3	4	3	25
143	3	3	3	3	3	3	4	4	26
144	3	3	4	4	4	4	4	4	30
145	3	4	3	3	4	3	3	3	26
146	3	3	3	3	3	3	4	3	25
147	4	3	3	4	4	3	3	3	27
148	3	3	3	3	4	3	4	3	26
149	4	3	3	3	3	4	3	3	26
150	3	3	4	4	4	3	4	4	29
151	3	3	3	4	4	3	3	3	26
152	2	4	3	4	4	3	4	3	27
153	3	3	2	3	3	3	4	3	24
154	3	3	3	3	4	3	3	4	26
155	3	3	3	4	4	4	4	3	28
156	3	3	3	3	3	3	3	4	25
157	3	3	3	4	3	5	4	4	29
158	3	3	3	3	4	4	4	4	28
159	3	4	3	4	3	3	5	5	30
160	3	3	2	4	3	4	4	3	26
161	3	3	4	4	3	3	3	5	28
162	4	3	3	3	3	3	2	4	25
163	3	3	3	4	3	2	5	5	28
164	3	3	3	4	4	3	2	4	26

165	3	3	3	3	3	4	5	4	28
166	3	4	4	4	4	3	3	4	29
167	3	2	4	3	3	2	5	3	25
168	4	3	3	4	4	4	3	4	29
169	3	3	3	4	4	4	4	2	27
170	3	3	3	4	3	4	3	3	26
171	3	2	3	3	4	4	4	4	27

No	Pernyataan Kreativitas (X2)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	5	4	5	4	4	29
2	5	4	5	4	5	30
3	4	4	4	4	4	27
4	3	3	3	4	4	25
5	4	4	4	3	5	27
6	3	3	3	4	5	27
7	4	4	4	4	4	27
8	4	4	4	5	5	29
9	4	4	4	4	4	28
10	5	5	5	4	3	29
11	3	3	3	5	4	26
12	3	4	3	3	4	22
13	4	5	4	4	4	28
14	3	4	3	3	3	25
15	3	3	3	4	3	25
16	4	4	4	3	2	23
17	3	3	3	3	3	21
18	3	3	3	3	5	25
19	3	2	3	3	3	21
20	3	3	3	2	4	22
21	3	4	3	3	5	25
22	3	3	3	3	4	22

23	3	2	3	4	5	24
24	4	4	4	4	5	28
25	4	4	4	4	3	26
26	4	4	4	4	5	28
27	4	4	4	3	4	26
28	4	3	4	3	3	25
29	3	4	3	3	3	24
30	4	3	4	3	4	25
31	2	3	2	4	2	21
32	3	4	3	3	4	25
33	3	4	3	5	4	26
34	3	3	3	3	3	23
35	3	3	3	4	3	25
36	3	4	3	3	3	24
37	3	4	3	3	3	22
38	3	4	3	4	3	24
39	3	3	3	3	2	22
40	3	3	3	5	3	24
41	3	3	3	3	3	22
42	3	4	3	3	4	24
43	4	4	4	3	3	24
44	3	3	3	4	4	25
45	3	4	3	2	3	21
46	4	3	4	3	3	22

47	3	4	3	3	3	25
48	3	3	3	3	3	21
49	3	4	3	4	2	24
50	3	3	3	4	3	22
51	3	4	3	3	3	23
52	4	3	4	5	3	25
53	3	4	3	4	4	26
54	3	3	3	3	3	23
55	3	4	3	3	3	23
56	3	4	3	3	3	25
57	3	3	3	4	2	23
58	4	4	4	3	5	28
59	3	3	3	3	3	24
60	3	4	3	3	2	23
61	3	2	3	3	3	20
62	3	4	3	4	3	24
63	3	5	4	4	5	27
64	3	4	4	4	3	24
65	3	3	4	4	5	25
66	3	3	3	3	3	21
67	3	3	3	4	3	22
68	3	4	2	3	3	20
69	4	3	3	3	3	22
70	3	3	3	2	3	21

71	3	4	3	3	3	22
72	3	3	4	3	3	23
73	3	3	3	3	3	23
74	3	2	3	3	3	19
75	4	3	2	3	4	23
76	3	4	3	3	3	25
77	3	3	3	4	3	24
78	3	4	4	3	3	26
79	3	3	3	3	3	23
80	4	4	3	3	3	25
81	3	3	3	3	3	23
82	3	4	3	3	3	23
83	4	3	3	4	3	24
84	3	4	3	3	3	24
85	3	3	3	3	4	24
86	4	4	3	3	3	25
87	3	4	5	3	3	25
88	4	3	3	4	4	28
89	3	3	3	3	3	22
90	4	5	4	4	3	27
91	3	5	3	3	4	25
92	3	4	4	4	3	24
93	3	3	3	3	4	23
94	3	4	3	4	3	24

95	3	4	4	3	3	25
96	3	3	4	3	3	23
97	3	3	3	3	4	25
98	3	3	3	3	3	22
99	3	3	4	3	3	21
100	3	4	3	4	3	24
101	3	3	3	3	3	23
102	3	3	4	4	4	26
103	4	3	4	4	4	29
104	3	3	2	4	2	20
105	4	3	3	4	3	26
106	5	4	3	4	3	27
107	4	4	3	4	5	27
108	4	4	2	4	4	24
109	4	3	5	4	3	26
110	3	3	5	4	3	25
111	3	3	4	4	3	26
112	4	4	4	3	4	26
113	4	3	5	5	4	29
114	3	3	2	5	4	24
115	4	3	4	4	4	24
116	4	4	4	5	4	28
117	2	2	3	4	3	21
118	3	2	4	5	4	24

119	3	4	4	5	4	27
120	5	5	4	5	5	29
121	4	4	4	5	4	27
122	3	4	3	4	4	25
123	3	4	3	4	5	25
124	3	4	3	4	5	26
125	4	2	4	5	3	24
126	3	4	5	4	5	28
127	4	5	5	5	3	30
128	3	4	4	4	4	26
129	4	4	4	3	4	24
130	3	4	4	5	4	27
131	3	4	4	5	3	25
132	4	4	3	5	4	26
133	3	4	4	4	3	23
134	4	4	4	3	4	25
135	4	4	5	4	4	29
136	4	4	4	4	4	26
137	4	3	4	3	3	23
138	3	4	4	4	4	26
139	4	4	4	4	4	26
140	4	3	3	4	3	24
141	3	4	4	3	3	23
142	5	3	4	3	2	23

143	3	3	3	4	4	23
144	4	3	4	3	3	23
145	3	4	3	3	5	23
146	3	3	3	5	3	23
147	3	4	3	3	4	23
148	3	3	3	4	3	22
149	3	4	3	3	3	24
150	4	3	4	3	4	24
151	4	3	4	4	3	24
152	5	3	4	2	5	25
153	3	4	3	4	3	23
154	2	5	4	3	3	25
155	3	3	4	4	3	24
156	5	3	3	3	4	23
157	3	3	5	5	2	24
158	4	3	3	3	3	22
159	3	3	4	4	3	23
160	3	3	2	5	3	23
161	3	3	4	5	4	25
162	5	5	3	3	4	26
163	3	4	4	4	3	25
164	3	3	3	3	5	22
165	4	4	3	3	4	24
166	4	3	4	4	3	23

167	3	3	4	3	3	22
168	4	4	3	3	3	24
169	4	3	3	4	4	27
170	4	4	4	3	3	27
171	4	3	4	4	3	26

No	Pernyataan Keberhasilan Usaha (Y)					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	4	3	4	5	25
2	4	4	4	2	4	20
3	4	3	3	4	3	21
4	3	3	4	5	4	22
5	4	4	4	5	4	25
6	3	3	4	5	3	21
7	4	4	5	5	4	26
8	4	4	4	4	4	24
9	4	4	5	4	3	24
10	5	5	4	4	3	26
11	3	3	4	4	4	21
12	4	5	5	3	4	25
13	5	3	4	3	3	23
14	4	3	4	3	4	22
15	3	3	4	4	4	21
16	4	3	3	5	3	22
17	3	4	3	5	3	21
18	3	3	4	3	3	19
19	2	2	4	4	3	17
20	3	3	4	3	4	20
21	4	3	4	4	4	23
22	3	3	4	3	4	20

23	2	2	4	3	3	17
24	4	5	4	5	4	24
25	4	5	4	5	3	23
26	4	4	4	4	4	23
27	4	4	3	4	4	21
28	3	3	3	3	3	17
29	4	3	4	3	4	21
30	3	3	3	3	4	19
31	3	4	4	3	3	20
32	4	3	3	4	3	20
33	4	4	4	3	4	21
34	3	3	4	4	3	20
35	3	4	3	3	3	19
36	4	3	4	3	4	21
37	4	3	3	3	3	19
38	4	3	2	5	3	20
39	3	4	3	3	4	21
40	3	4	3	5	4	22
41	3	3	4	3	4	20
42	4	3	3	3	3	19
43	4	3	4	4	3	21
44	3	4	3	3	4	20
45	4	3	4	4	3	21
46	3	3	3	3	4	19

47	4	3	3	3	3	19
48	3	4	4	3	4	21
49	4	3	2	5	4	21
50	3	4	4	3	4	21
51	4	3	2	5	3	20
52	3	4	4	3	4	21
53	4	4	3	3	4	22
54	3	4	4	3	3	20
55	4	3	4	4	4	22
56	4	4	4	3	3	21
57	3	4	4	4	4	23
58	4	4	3	5	4	23
59	3	3	3	4	4	21
60	4	3	3	3	3	19
61	2	4	4	3	3	19
62	4	4	3	4	3	21
63	5	3	4	4	4	23
64	4	4	3	3	3	20
65	3	4	4	3	3	20
66	3	4	3	3	3	19
67	3	3	4	4	3	20
68	4	3	3	4	4	20
69	3	4	4	3	3	20
70	3	3	3	3	4	19

71	4	3	3	4	3	20
72	3	4	4	4	3	22
73	3	3	4	3	3	20
74	2	4	3	4	4	21
75	3	3	3	3	3	19
76	4	3	3	3	3	20
77	3	4	3	4	4	22
78	4	3	4	4	3	21
79	3	4	4	3	4	22
80	4	3	3	4	3	22
81	3	4	4	4	3	23
82	4	3	3	3	4	22
83	3	4	3	4	3	22
84	4	3	3	5	3	22
85	3	3	4	3	4	21
86	4	3	5	4	3	23
87	4	4	3	4	3	22
88	3	4	3	3	5	21
89	3	3	4	4	3	20
90	5	4	4	5	3	24
91	5	4	3	3	5	24
92	4	4	3	3	3	22
93	3	3	3	4	5	23
94	4	3	4	3	4	23

95	4	5	3	3	3	23
96	3	4	4	4	3	23
97	3	3	4	3	4	21
98	3	4	4	4	3	21
99	3	3	4	4	3	20
100	4	3	3	4	4	23
101	3	4	4	3	3	22
102	3	3	3	2	5	21
103	3	4	4	3	4	23
104	3	3	3	4	3	20
105	3	3	4	3	3	20
106	4	4	5	3	4	24
107	4	4	4	3	4	24
108	4	4	5	4	3	24
109	3	3	2	3	4	20
110	3	2	3	4	3	19
111	3	3	3	3	3	19
112	4	3	3	4	3	22
113	4	4	3	4	5	24
114	3	3	3	3	2	18
115	4	4	3	4	4	23
116	3	4	4	4	4	22
117	4	3	2	2	3	17
118	3	4	2	3	4	20

119	3	4	4	3	4	22
120	3	5	5	5	4	26
121	4	4	4	4	4	25
122	2	4	4	3	3	20
123	2	3	4	3	3	20
124	4	4	4	3	3	22
125	2	5	2	4	4	21
126	3	2	4	3	5	22
127	5	3	5	4	5	26
128	4	3	4	3	4	22
129	2	3	4	4	4	21
130	4	2	4	3	4	20
131	4	2	4	3	4	20
132	3	4	4	4	3	22
133	3	3	4	3	4	21
134	5	4	4	4	4	25
135	4	4	4	4	5	25
136	3	4	4	4	4	23
137	3	5	3	4	4	23
138	3	3	4	3	4	20
139	4	3	4	4	4	22
140	4	3	3	4	3	20
141	3	4	4	3	4	21
142	3	3	3	5	4	21

143	3	3	3	3	3	18
144	3	3	3	4	4	21
145	4	4	4	3	3	21
146	4	4	3	3	3	20
147	3	3	4	3	3	19
148	4	4	3	3	3	20
149	4	4	4	3	3	21
150	3	3	3	4	4	20
151	4	4	3	4	4	23
152	4	4	3	5	4	22
153	4	3	4	3	3	20
154	3	3	5	2	4	20
155	4	4	3	3	4	21
156	4	4	3	5	3	21
157	3	3	3	3	5	20
158	3	4	3	4	3	21
159	4	3	3	3	4	20
160	3	4	3	3	2	18
161	3	2	3	3	4	18
162	3	3	5	5	3	22
163	3	4	4	3	4	21
164	3	4	3	3	3	20
165	4	4	4	4	3	22
166	3	3	3	4	4	20

167	4	4	3	3	4	21
168	3	3	4	4	3	20
169	4	4	3	4	3	21
170	4	3	4	4	4	23
171	3	3	3	4	4	20

LAMPIRAN 8

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

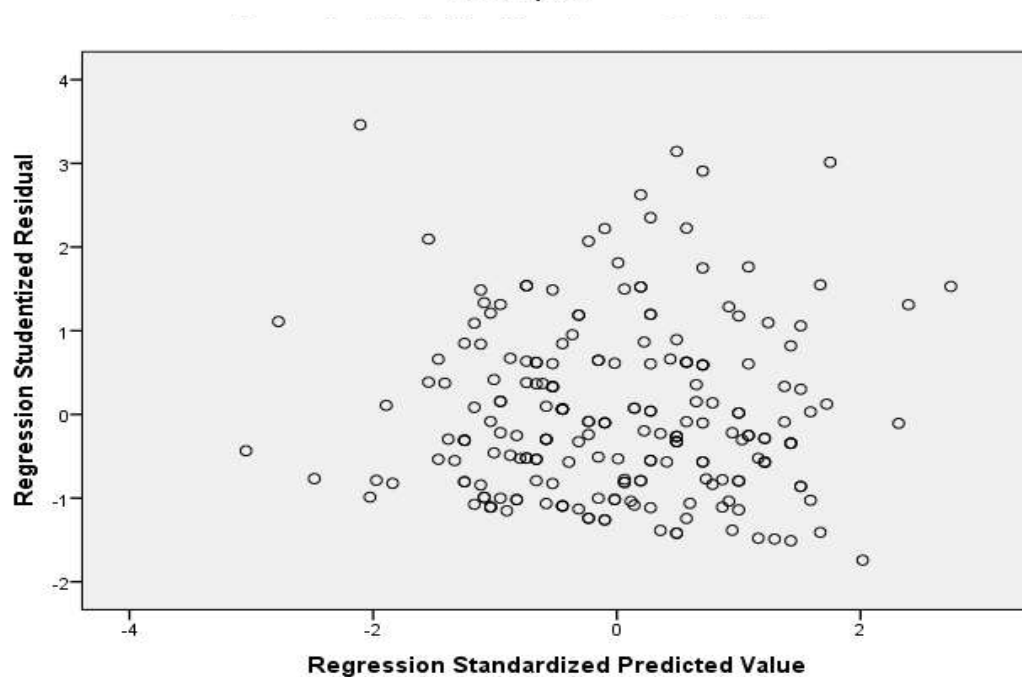
		Unstandardized Residual
N		171
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47133153
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,047
	Negative	-,033
Kolmogorov-Smirnov Z		,691
Asymp. Sig. (2-tailed)		,726

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Scatterplot



LAMPIRAN 9

Analisis Data

Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,567 ^a	,322	,316	1,478

a. Predictors: (Constant), kreativitas, Komunikasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219,006	2	109,503	50,108	,000 ^a
	Residual	461,106	211	2,185		
	Total	680,112	213			

a. Predictors: (Constant), kreativitas, Komunikasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,780	1,448		4,681	,000		
Komunikasi	,228	,045	,309	5,094	,000	,871	1,148
kreativitas	,323	,052	,377	6,210	,000	,871	1,148

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id

Medan, 19 April 2021

Nomor : 1638/R/STIE-EP/IV/2021

Lamp. : ---

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan PT Sukses Selaras Sentosa.
Di-

Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Felicia Vigo
NIM	: 181010262
Semester	: VIII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Komunikasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha PT Sukses Selaras Sentosa.

Untuk mengadakan peninjauan ke PT Sukses Selaras Sentosa yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

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

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

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

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

PT. Sukses Selaras Sentosa

WHOLE SALER & RETAIL 4X4 EQUIPMENT , AUDIO & VIDEO ACCESSORIES

Ruko Daan Mogot Baru , block LC.I No.6 Kali Deres

Telp. +62 21 54380499, 54390413, 71322777

Fax. +62 21 54390413 Jakarta – Indonesia www.tas4x4.com

Medan, 3 Mei 2021

Hal : Surat Izin Penelitian

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Felicia Vigo

NIM : 181010262

Program Studi : Manajemen

Benar telah melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang dilaksanakan di **PT Sukses Selaras Sentosa** dengan judul **“PENGARUH KOMUNIKASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PT SUKSES SELARAS SENTOSA”**. Pelaksanaan penelitian sesuai dengan peraturan dan syarat yang ditentukan oleh perusahaan. Kiranya hasil penelitian tersebut dapat memperoleh wawasan dan berguna bagi dunia pendidikan secara umum. Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami

PT. SUKSES SELARAS SENTOSA
Ruko Daan Mogot Baru, Blok LC.I No. 6 Kalideres
Telp. +62 21 54380499, 54390413, 71322777
Fax. +62 21 54390413
Jakarta Barat, INDONESIA
<http://www.tas4x4.com>

Bukit Sadikun
Direktur



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : FELICIA VIGO
NIM : 181010262
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Kamis, 12 Maret 2020	Cindy Khoudia (161010030) JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peringatan Penjualan Pada PT. Plangkoraya Semi Mart	161010030	
2.	Kamis, 12 Maret 2020	Ricky (161010011) JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Creative Centre	161010011	Mif
3.	Kamis, 12 Maret 2020	Alvin (161010075) JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Kepercayaan Merek, Strategi Komunikasi Pemasaran Dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Jaya Abadi (Chandra Kartika Medan)	161010075	
4.	Senin, 16 Maret 2020	Nicholas (161010154) JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Borobudur Meubel Art dan Furnitur Medan	161010154	
5.	Senin, 16 Maret 2020	Sterani (161010063) JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Bauran Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda di PT. Istana Deli Kijangman	161010063	M-2
6.	Senin, 16 Maret 2020	Kurniawan Rahmadana (161010061) JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Bauran Pemasaran dan Segmentasi Pasar Terhadap Peringatan Penjualan Di CV Sintech Grafika Medan	161010061	
		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, 16 Maret 2020
Ketua STIE Eka Prasetya

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN ARTIKEL
ILMIAH



Nama Mahasiswa : Felicia Vigo
NIM : 181010262
Konsentrasi : Manajemen kewirausahaan Kelas : kewirausahaan B
Nomor HP, No. WA : 085105551560 Email : feliciavigo@gmail.com
Alamat Tinggal : Jl. PUKAT V Dalam NO 62.P
Dosen Pembimbing Tugas Akhir : TTD: *[Signature]*

Ka. Prodi
[Signature]
Indira Guruh, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing I
[Signature]
Indira Guruh, S.E., M.M.

Dosen Pembimbing II
[Signature]
Muhammad Rinaldi, S.Pd., M.Pd.

Mahasiswa

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing	
			I	
1	5 Jan 2021	Mencari jurnal 7 relevan.		<i>[Signature]</i>
2	14 Jan 2021	Perbaikan format proposal.		<i>[Signature]</i>
3	26 Jan 2021	Perbaikan Bab I Masalah.		<i>[Signature]</i>
4	3 Feb 2021	Perbaikan Bab II & Metodologi.		<i>[Signature]</i>
5	25 Feb 2021	ACC proposal.		<i>[Signature]</i>
6	25 Nov 2020	Penjelasan pembuatan proposal skripsi via GM	<i>[Signature]</i>	
7	10 Des 2020	Pengarahan perubahan jurnal ke Skripsi	<i>[Signature]</i>	
8	01/3-2021	- Revisi Identifikasi Masalah	<i>[Signature]</i>	
9		- Revisi ✓ Penulisan typo		
10		- Revisi ✓ populasi & sampel		
11	02/3-21	- oke acc sempur	<i>[Signature]</i>	
12	4/3-21	Bimbingan setelah sempur.		<i>[Signature]</i>
13	10/3-21	— " — penentuan sampel.		<i>[Signature]</i>
14	16/3-21	Bimbingan format bab 4 & 5.		<i>[Signature]</i>
15	26/3-21	Bimbingan penentuan profil perusahaan		<i>[Signature]</i>
16				
17	29/3/21	Validitas & reliabilitas.		<i>[Signature]</i>
18	13/4/21	Disuksi uji kuantitatif klasik		<i>[Signature]</i>
19	19/4/21	Revisi Uji normalitas		<i>[Signature]</i>
20	3/5/21	Teknik analisis data		<i>[Signature]</i>
21	24/5/21	zoom		<i>[Signature]</i>
22	28/5/21	acc		<i>[Signature]</i>
23	31/5-21	Revisi ✓ Bab. IV & ✓ Implikasi	<i>[Signature]</i>	
24		manajerial		
25	2/6-21	oke acc sidang meja hijau	<i>[Signature]</i>	

Seminar Proposal: Minimal 5 (Lima) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing
Meja Hijau: Minimal 10 (Sepuluh) kali bimbingan untuk setiap Dosen Pembimbing

26	6/Julii '21	ole stripi lanjut pengalihan	JS	
27	6/Julii '21	Lajut pengalihan		Me
28				
29				
30				