

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian yaitu tentang pengaruh situs jejaring sosial dan absorptive capacity pada kinerja inovasi usaha kecil menengah di D.I. Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban responden melalui penyebaran kuisioner yang telah dilakukan peneliti. Jawaban - jawaban responden ini akan menjadi informasi dalam menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan usaha yang mampu membantu memperluas lapangan kerja memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan berperan untuk proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional, UKM harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, dan pengembangan UKM diseluruh wilayah sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat tersebut, yang diwujudkan melalui pemberdayaan UKM seperti melakukan edukasi mengenai dampak positif yang dapat ditimbulkan dan pengarahan untuk tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat secara sinergis.

## Tujuan Pemberdayaan UKM

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran UKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas, keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UKM seperti contohnya rendahnya kualitas SDM, manajemen dalam UKM, organisasi, penguasaan teknologi, pemasaran dan terbatasnya akses UKM terhadap permodalan, informasi, teknologi serta faktor produksi lainnya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi oleh UKM adalah besarnya biaya transaksi akibat iklim usaha yang kurang mendukung dan kelangkaan bahan baku. Memperoleh legalitas formal pun hingga saat ini masih merupakan persoalan mendasar bagi UKM di Indonesia, dikarenakan tingginya biaya yang harus dikeluarkan dalam pengurusan perizinan.

### 4.1.1 Hasil Pengumpulan Data

Kuesioner yang disebar dalam penelitian ini sebanyak 65 kuesioner. Kuesioner yang disebar semua kembali sehingga kuesioner yang diterima sebanyak 65 kuesioner, dengan kata lain memiliki respon rate sebesar 100%. Hasil uji outliers dengan teknik univariate outliers (z-score) diperoleh 0 responden yang mengandung outliers artinya semua kuesioner bisa digunakan, jadi jumlah sampel

yang digunakan menjadi 65 responden, dapat dikatakan memiliki Usable Respon Rate sebesar 100%.

Dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan tabel distribusi kuesioner, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Kuesioner

Kuesioner yang disebar	65
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	65
Kuesioner yang outliers	0
Kuesioner yang dipakai	65
Responden <i>Rate</i>	$65 / 65 \times 100\% = 100\%$
<i>Usable Respon Rate</i>	$65 / 65 \times 100\% = 100\%$

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

## 4.2 Analisis Deskriptif

### 4.2.1 Analisis Deskriptif Responden

Tabel berikut ini mendiskripsikan data - data yang diperoleh dari responden. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	33	50,8%
Perempuan	32	49,2%
<b>Usia</b>		
19-30	63	96,9%
31-40	1	1,6%
51-60	1	1,6%
<b>Jenis Usaha</b>		
Kuliner	29	44,6%

Fashion	20	30,8%
Jasa	8	12,3%
Otomotif	3	4,6%
Kosmetik	1	1,5%
Kecantikan	1	1,5%
Peternakan	1	1,5%
Furniture	1	1,5%
Produksi Musik	1	1,5%
<b>TOTAL</b>	65	100%

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa jumlah responden laki – laki lebih banyak dibanding responden perempuan. Diketahui responden laki - laki sebanyak 50,8% dan responden perempuan sebanyak 49,2%. Sedangkan responden berdasarkan usia menunjukkan sebagian besar responden berusia 19 – 30 tahun sebanyak 63 orang (96,9%), berusia 31 - 40 tahun sebanyak 1 orang (1,6%), dan berusia 50 - 60 tahun sebanyak 1 orang (1,6%). Pada table jenis usaha menunjukkan sebagian besar responden yaitu memiliki usaha dibidang kuliner sebanyak 29 orang (44,6%), usaha dibidang fashion sebanyak 20 orang (30,8%), usaha dibidang jasa sebanyak 8 orang (12,3%), usaha dibidang otomotif sebanyak 3 orang (4,6%), dan sisanya usaha dibidang kosmetik, kecantikan, peternakan, *furniture*, dan produksi musik masing-masing 1 orang (1,5%) di setiap bidang usaha.

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing - masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah: 1

Skor penilaian tertinggi adalah: 5

Interval =  $\frac{5-1}{5} = 0.80$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing - masing variabel adalah sebagai berikut :

1. 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju
2. 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju
3. 2,61 – 3,40 = Ragu-ragu
4. 3,41 – 4,20 = Setuju
5. 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

### 1. Hasil Analisis Variabel Independent

Variabel eksogen pada penelitian ini adalah Situs Jejaring Sosial dan *Absorptive Capacity*. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel eksogen ditunjukkan dalam tabel berikut:

- a. Variabel Situs Jejaring Sosial

**Tabel 4.3 Situs Jejaring Sosial**

<b>Kode</b>	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Kriteria</b>
<b>Y1.1</b>	Perusahaan kami memberikan informasi untuk masyarakat melalui sosial media	<b>4,21</b>	<b>Sangat Setuju</b>
<b>Y1.2</b>	Platform media sosial sangat membantu perusahaan dalam melakukan inovasi	<b>4,15</b>	<b>Setuju</b>
<b>Y1.3</b>	Media sosial mampu memberikan informasi untuk perusahaan kami	<b>4,29</b>	<b>Sangat Setuju</b>
<b>Rata-rata Total</b>		<b>4.21</b>	<b>Sangat Setuju</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.3 di atas bahwa rata - rata penilaian responden terhadap variabel Situs Jejaring Sosial adalah sebesar 4.21 yang berada pada kriteria Sangat Setuju. Penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan dengan kode X.3.3, yaitu “Media sosial mampu memberikan informasi untuk perusahaan kami” dengan rata - rata sebesar 4,29 (Sangat Setuju) dan penilai terendah terjadi pada indikator dengan kode X.3.2, yaitu “Platform media sosial sangat membantu perusahaan dalam melakukan inovasi” dengan rata - rata sebesar 4,15 (Setuju). Hal tersebut mengidentifikasi bahwa platform-platform yang ada dimedia sosial dapat membantu perusahaan untuk memperoleh informasi. Akan tetapi platform dimedia sosial kurang optimal dalam membantu perusahaan untuk melakukan inovasi.

b. Variabel *Absorptive Capacity*

**Tabel 4.4** *Absorptive Capacity*

<b>Kode</b>	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Kriteria</b>
<b>X.1</b>	Perusahaan kami mampu memperoleh dan menyerap informasi atau pengetahuan dari luar perusahaan	<b>4,06</b>	<b>Setuju</b>
<b>X.2</b>	Perusahaan kami mampu memperoleh dan menyerap informasi dari dalam perusahaan	<b>3,76</b>	<b>Setuju</b>
<b>X.3</b>	Perusahaan kami dapat menjalankan kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D) dengan baik	<b>3,40</b>	<b>Ragu - ragu</b>
<b>Rata-rata Total</b>		<b>3,74</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.4 di atas bahwa rata - rata penilaian responden terhadap variable *Absroptive Capacity* adalah sebesar 3,74 yang berada pada kriteria Setuju. Penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan dengan kode X21, yaitu “Perusahaan kami mampu memperoleh dan menyerap informasi atau pengetahuan dari luar perusahaan” dengan rata - rata sebesar 4,06 (Setuju) dan penilain terendah terjadi pada indikator dengan kode X23, yaitu “Perusahaan kami dapat menjalankan kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D) dengan baik” dengan rata - rata sebesar 3,40 (Ragu - ragu). Hal ini mengidentifikasi bahwa perusahaan mampu memperoleh dan menyerap informasi atau pengetahuan dari luar perusahaan, namun perusahaan tidak dapat melakukan secara optimal kegiatan penelitian dan pengembangan (R&D).

## 2. Variabel Dependen

Variabel endogen pada penelitian ini adalah Kinerja Inovasi. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel endogen ditunjukkan dalam Tabel 4.5.

**Tabel 4.5** Kinerja Inovasi

<b>Kode</b>	<b>Indikator</b>	<b>Mean</b>	<b>Kriteria</b>
<b>Y2.1</b>	Perusahaan kami memperoleh pasar secara cepat	<b>3,60</b>	<b>Setuju</b>
<b>Y2.2</b>	Perusahaan kami dapat melakukan pembaharuan produk lebih cepat	<b>3,44</b>	<b>Setuju</b>
<b>Y2.3</b>	Perusahaan kami mampu melakukan pengelolaan siklus hidup produk	<b>3,32</b>	<b>Ragu-Ragu</b>
<b>Rata-rata Total</b>		<b>3,45</b>	<b>Setuju</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh tabel 4.5 di atas bahwa rata - rata penilaian responden terhadap variabel Kinerja Inovasi adalah sebesar 3,45 yang berada pada kriteria Setuju. Penilaian tertinggi terjadi pada indikator pernyataan dengan kode Y11, yaitu “Perusahaan kami memperoleh pasar secara cepat” dengan rata - rata sebesar 3,60 (Setuju) dan penilain terendah terjadi pada indikator dengan kode Y13, yaitu “Perusahaan kami mampu melakukan pengelolaan siklus hidup produk” dengan rata - rata sebesar 3,32 (Ragu - ragu). Hal ini mengidentifikasikan bahwa dengan kinerja perusahaan yang baik perusahaan dapat memperoleh pasar secara cepat. Akan tetapi perusahaan masih ragu dalam melakukan pengelolaan siklus hidup produk.

### **4.3 Analisis Statistik**

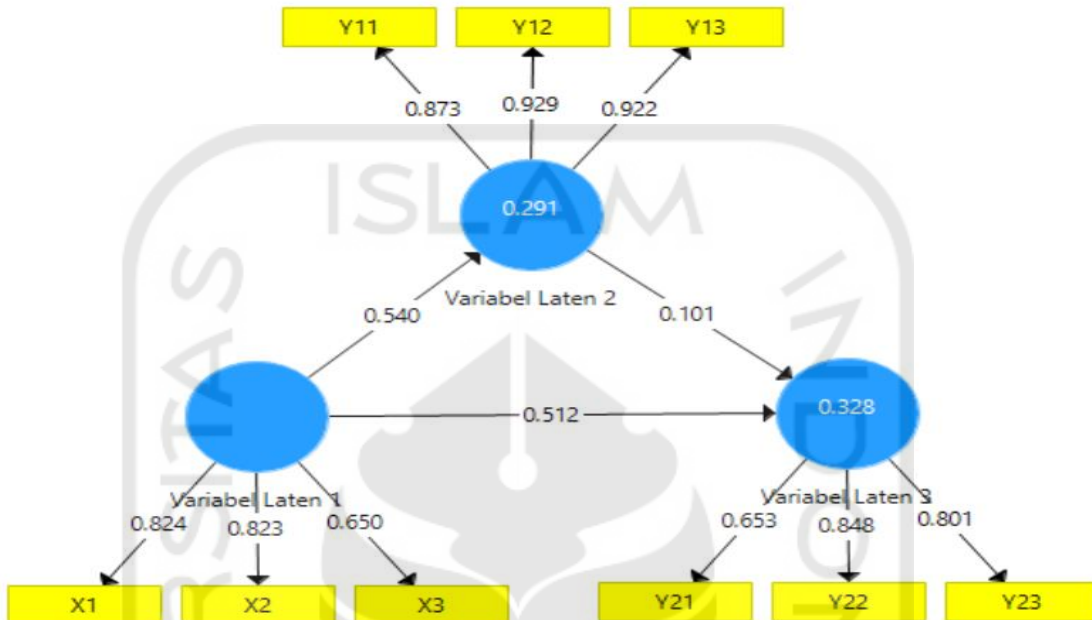
Model penelitian akan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dan dibantu dengan software smartPLS 3.0. PLS merupakan salah satu metode alternatif *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada hubungan di antara variabel yang sangat kompleks tetapi dengan ukuran sampel data kecil (30 - 100 sampel) dan memiliki asumsi nonparametrik, artinya bahwa data tidak mengacu pada salah satu distribusi tertentu (Yamin & Kurniawan, 2009). Terdapat dua tahap pengujian dalam PLS, yaitu *outer model* dan *inner model*.

#### **4.3.1 Pengujian *Outer Model* (Model Pengukuran)**

Tahap yang pertama dari analisis PLS yaitu menguji validitas dan reliabilitas model yang meliputi *convegent validity*, *discriminant validity*,



*average variance extract*, dan *composite reliability*. Pengujian pada *outer model* ini akan menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas.



**Gambar 4.1 Hasil Uji *Outer Model* (Model Pengukuran) yang Menunjukkan *Outer Loading***

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui apakah konstruk sudah memadai untuk dilanjutkan sebagai penelitian atau tidak. Pada uji validitas ini, ada dua macam evaluasi yang dilakukan, yaitu:

#### a. *Convergent Validity*

Pada tahap ini peneliti melakukan penilaian terhadap *convergent validity* dari masing - masing konstruk. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan parameter *outer loadings* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai *loading factor* yang disyaratkan.

**Tabel 4.6 Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	AVE
Absorptive Capacity (X2)	0,592
Kinerja Inovasi (Y1)	0,596
Situs Jejaring Sosial (X3)	0,825

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

**b. Discriminant Validity**

Tahap berikutnya untuk menguji validitas suatu model, yaitu dengan melihat *discriminant validity*-nya. *Discriminant validity* dimulai dengan melihat *cross loading*. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator blok lainnya (Yamin & Kurniawan, 2011).

**Tabel 4.7 Cross Loading antara Indikator dengan Konstruk**

	X	Ket	Y2	Ket	Y1	Ket
<b>X.1</b>	0,824	Valid	0,458	Valid	0,545	Valid
<b>X.2</b>	0,823	Valid	0,436	Valid	0,428	Valid
<b>X.3</b>	0,650	Valid	0,423	Valid	0,215	Valid
<b>Y1.1</b>	0,429	Valid	0,249	Valid	0,873	Valid
<b>Y1.2</b>	0,481	Valid	0,380	Valid	0,929	Valid
<b>Y1.3</b>	0,547	Valid	0,381	Valid	0,922	Valid
<b>Y2.1</b>	0,320	Valid	0,653	Valid	0,327	Valid
<b>Y2.2</b>	0,491	Valid	0,848	Valid	0,252	Valid

<b>Y2.3</b>	0,479	Valid	0,801	Valid	0,313	Valid
-------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Selain melihat hasil analisis *cross loading*, *discriminant validity* juga perlu dinilai dengan cara membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Rekomendasi untuk *discriminant validity* yang terbaik adalah nilai akar AVE harus lebih besar dari korelasi antar konstruk

**Tabel 4.8 Korelasi antar Konstruk (Akar AVE)**

	<b>X2</b>	<b>Y1</b>	<b>X3</b>	<b>AVE</b>
<b>X2</b>	<b>0,770</b>			0,592
<b>Y1</b>	0,566	<b>0,772</b>		0,595
<b>X3</b>	0,539	0,377	<b>0,908</b>	0,825

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dikatakan bahwa akar AVE pada semua konstruk lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki *discriminant validity* yang baik

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Keduanya dikatakan reliabel apabila nilainya lebih dari 0,6. Hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.9 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>
<i>Absorptive Capacity</i> (X2)	0,657	0,688	0,812
Kinerja Inovasi (Y1)	0,658	0,685	0,814
Situs Jejaring Sosial (X3)	0,895	0,913	0,934

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk semua konstruk paling rendah bernilai 0,657, yaitu pada konstruk *Absorptive Capacity (X)*. Sedangkan untuk nilai *composite reliability* terendah terdapat pada konstruk *Absorptive Capacity (X)* juga dengan nilai 0,812. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel karena semua konstruk memiliki nilai di atas syarat minimum yaitu memiliki nilai *composite reliability* bernilai diatas 0,6.

#### 4.3.2 Pengujian *Inner Model* (Model Struktural)

Pengujian ini dilakukan untuk uji hipotesis. Model struktural dapat dievaluasi dengan melihat  $R^2$  (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian.

##### 1. Uji Determinasi atau Analisis Varians ( $R^2$ )

Tabel 4.10 Nilai  $R^2$

Variabel	R Square	Adjust R Square
Kinerja Inovasi	0,328	0,307
Situs Jejaring Sosial	0,291	0,280

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Pada tabel 4.10 dapat dilihat hasil dari Nilai R-square pada penelitian ini hasilnya menunjukkan variabel *Absorptive Capacity* dan Situs Jejaring Sosial mampu menjelaskan variabilitas konstruk dengan Kinerja Inovasi sebesar 32,8% dan sisanya 67,2% diterangkan oleh konstruk lainnya selain yang ada

pada penelitian ini. Sedangkan variabel *Absorptive Capacity* mampu menjelaskan variabilitas konstruk dengan Situs Jejaring Sosial sebesar 29,1% dan sisanya 70,9% diterangkan oleh konstruk lainnya selain yang ada pada penelitian ini.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji model struktural (*inner model*) yang meliputi output  $R^2$ , koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan p-values. Dengan menggunakan smartPLS 3.0 yang peneliti gunakan, nilai - nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan adalah t-statistik  $>1,63$  dengan tingkat signifikansi atau p-value  $<0,05$  (5%) dan beta bernilai positif. Hasil uji hipotesis penelitian dapat dilihat dalam tabel 4.11.

**Tabel 4.11 Path Coefficient**

No	Hipotesis	Beta ( $\beta$ )	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Hasil
1	X2 -> X3	0,539	0,552	0,079	6,805	0,0000	Diterima
2	X2 -> Y1	0,512	0,504	0,140	3,640	0,0003	Diterima
3	X3 -> Y1	0,101	0,120	0,183	0,551	0,5814	Ditolak

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Ket :sig  $< 0,05$

Hipotesis pertama menguji apakah *Absorptive Capacity* (X) secara positif berpengaruh terhadap Situs Jejaring Sosial (Y1). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *Absorptive Capacity* (X) terhadap Situs Jejaring Sosial

(Y1) sebesar 0,0000 dan t-statistik sebesar 6,805. Dari hasil tersebut dinyatakan t-tabel **signifikan** karena  $>1,63$  dengan  $p\text{-value} <0,05$  sehingga hipotesis **diterima**. Dengan demikian, *Absorptive Capacity* (X) secara positif berpengaruh terhadap Situs Jejaring Sosial (Y1).

Hipotesis kedua menguji apakah *Absorptive Capacity* (X) secara positif berpengaruh terhadap Kinerja Inovasi (Y2). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *Absorptive Capacity* (X) terhadap Kinerja Inovasi (Y2) sebesar 0,0003 dan t-statistik sebesar 3,640. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan** karena  $>1,63$  dengan  $p\text{-value} <0,05$  sehingga hipotesis **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa *Absorptive Capacity* (X) secara positif berpengaruh terhadap Kinerja Inovasi (Y2).

Hipotesis ketiga menguji apakah Situs Jejaring Sosial (Y1) secara positif berpengaruh terhadap Kinerja Inovasi (Y2). Hasil menunjukkan nilai koefisien beta Situs Jejaring Sosial (Y1) terhadap Kinerja Inovasi (Y2) sebesar 0,5814 dan t-statistik sebesar 0,551. Hasil tersebut menyatakan t-tabel **tidak signifikan** karena  $<1,63$  dengan  $p\text{-value} >0,05$  sehingga hipotesis **ditolak**. Hal tersebut menunjukkan bahwa Situs Jejaring Sosial (Y1) tidak terbukti berpengaruh positif terhadap Kinerja Inovasi (Y2).

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1. Absorptive Capacity terhadap Situs Jejaring Sosial

Uji hipotesis 1 mendapatkan hasil bahwa hubungan variabel *Absorptive Capacity* terhadap Situs Jejaring Sosial memiliki nilai t-statistik sebesar 6,805 dengan nilai *two tailed* 1,63 pada *significance level* 5% dimana kriteria yang

berarti bahwa kriteria nilai t-statistik harus  $>1,63$ . Nilai *original sample* menunjukkan 0,539 yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel *Absorptive Capacity* terhadap Situs Jejaring Sosial. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 **diterima**. Berpengaruh memiliki arti bahwa semakin tinggi atau rendah nilai dari *Absorptive Capacity* mempengaruhi Situs Jejaring Sosial, dan juga sebaliknya. Yang berarti *Absorptive Capacity* melalui situs jejaring sosial dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh informasi-informasi dari luar perusahaan maupun dari dalam perusahaan.

#### 4.5.2. *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Inovasi

Uji hipotesis 2 mendapatkan hasil bahwa hubungan variabel *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Inovasi memiliki nilai t-statistik sebesar 3,640 dengan nilai *two tailed* 1,63 pada *significance level* 5% dimana kriteria yang berarti bahwa kriteria nilai t-statistik harus  $>1,63$ . Nilai *original sample* menunjukkan 0,512 yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel *Absorptive Capacity* terhadap Kinerja Inovasi. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 **diterima**. Berpengaruh memiliki arti bahwa semakin tinggi atau rendah nilai dari *Absorptive Capacity* mempengaruhi Kinerja Inovasi, dan juga sebaliknya. Yang berarti melalui kinerja inovasi, perusahaan dapat memperoleh pasar dengan cepat, melakukan pembaharuan produk melalui informasi-informasi yang di dapat perusahaan, serta dapat mengelola siklus hidup produk dengan baik.

#### 4.5.3. Situs Jejaring Sosial terhadap Kinerja Inovasi

Uji hipotesis 3 mendapatkan hasil bahwa hubungan variabel Situs Jejaring Sosial terhadap Kinerja Inovasi memiliki nilai t-statistik sebesar 0,551 dengan nilai *two tailed* 1,63 pada *significance level* 5% dimana yang berarti bahwa kriteria nilai t-statistik harus  $>1,63$ . Nilai *original sample* menunjukkan 0,101 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh variabel Situs Jejaring Sosial terhadap Kinerja Inovasi. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 **ditolak** yang berarti bahwa Situs Jejaring Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Inovasi. Tidak berpengaruh memiliki arti bahwa semakin tinggi atau rendah nilai dari Situs Jejaring Sosial maka tidak akan mempengaruhi Kinerja Inovasi, dan juga sebaliknya. Yang berarti bahwa tidak semua informasi perusahaan tersampaikan ke masyarakat melalui situs jejaring sosial, begitu juga sebaliknya dan juga platform yang ada di situs jejaring sosial tidak sepenuhnya dapat membantu perusahaan dalam melakukan inovasi. Karena perusahaan tidak menggunakan situs jejaring sosial dengan baik seperti pemilik yang terbilang usianya telah lanjut usia yang tidak paham betul mengenai situs jejaring sosial.