

**Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap
Kinerja Operasi Perusahaan *Coffee Shop* di Yogyakarta.**

JURNAL



Ditulis Oleh:

Nama : Rizky Valeo Nugraha
Nomor Mahasiswa : 14311438
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

**Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap
Kinerja Operasi Perusahaan *Coffee Shop* di Yogyakarta.**

JURNAL

ditulis dan diujikan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh:

Nama : Rizky Valeo Nugraha

Nomor Mahasiswa : 14311438

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

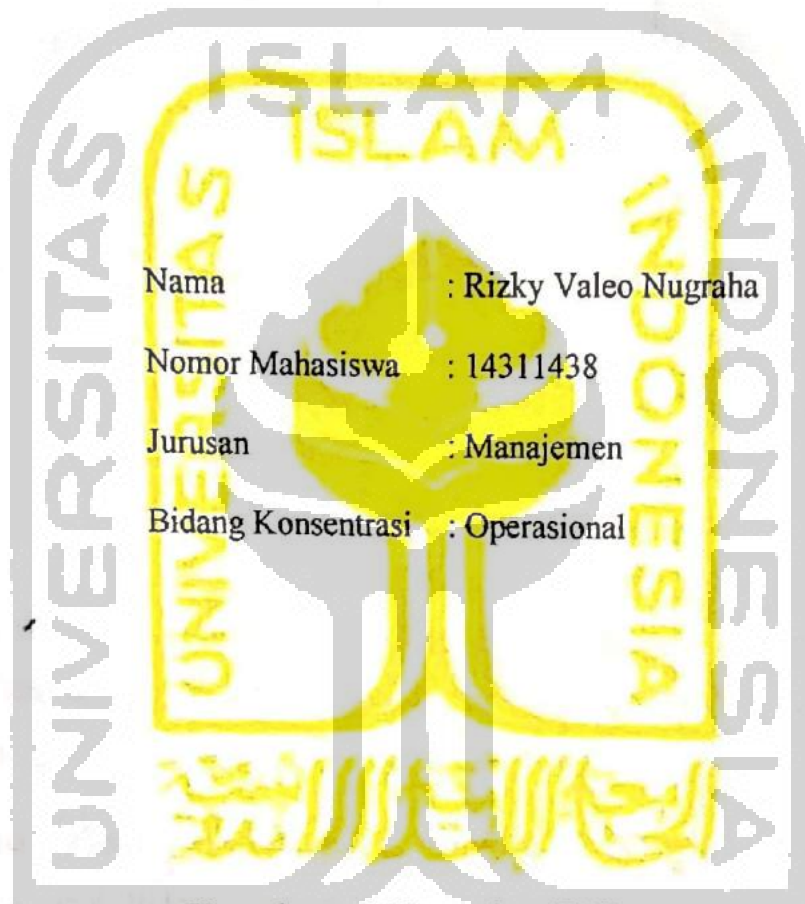
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

**Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap
Kinerja Operasi Perusahaan *Coffee Shop* di Yogyakarta.**



Nama : Rizky Valeo Nugraha

Nomor Mahasiswa : 14311438

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 16 Desember 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Zainal Mustafa El Qadri'.

Zainal Mustafa El Qadri, Dr., MM.

Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasi Perusahaan *Coffee Shop* di Yogyakarta

Rizky Valeo Nugraha

Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

14311438@students.uii.ac.id

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas pengaruh inovasi produk, kualitas informasi, proses inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan di *coffee shop* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini di kumpulkan dari pemilik *coffee shop* di Yogyakarta yang diambil melalui purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan adalah 120 responden. Penelitian ini menggunakan program perangkat lunak SPSS 21 dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses secara signifikan mempengaruhi kinerja operasi perusahaan.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi proses, Kinerja Operasional perusahaan.

The Effect Of Product Inovation, Information Quality, Process inovation on Company Operational Performance in Coffee Shop in Yogyakarta

Rizky Valeo Nugraha

Management, Faculty of Economics, Universitas Islam Indonesia

14311438@students.uii.ac.id

The purpose of this study was to discuss the effect of innovation product, information quality, process innovation to company operational performance in coffee shop companies at Yogyakarta. This research uses quantitative research method, the sample used in this study were collected from the owner of a coffee shop at Yogyakarta which was taken through a purposive sampling method. The number of samples used was 120 respondents. This study was using SPSS 21 software program and the analysis technique used was multiple linear regression. The results of this study indicate that product innovation, information quality, process innovation significantly affect the company's operational performance.

Keywords : Product Innovation, Information Quality, Process Innovation, Company Operational Performance.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pada era globalisasi masa kini perkembangan bisnis berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan.. Termasuk bisnis yang bergerak dalam penyajian makanan dan minuman yang dimana sangat banyak untuk ditemukan dari skala yang paling kecil hingga yang paling besar . Para pelaku bisnis disini harus menyiapkan strategi agar selalu maju dan berkembang ketika makin banyaknya muncul para pesaing baru.

Semakin ketatnya persaingan dibisnis ini membuat para pelaku bisnis dituntut untuk selalu bergerak lebih cepat agar selalu mempertahankan konsumen lama dan menarik para konsumen baru. Banyaknya para pesaing berdampak dengan semakin meningkatnya kuantitas produk dipasar. Bisnis *food and beverage* didalam UKM merupakan bisnis yang memiliki persaingan yang sangat ketat. Salah satunya UKM yang memiliki persaingan yang sangat ketat pada masa kini ialah usaha *Caffe* kopi atau biasa disebut dengan *coffee shop*.

Kopi telah menjadi suatu komoditas yang sangat menjanjikan, menurut data statistik kopi-kopi yang dihasilkan oleh Indonesia merupakan produsen kopi utama di dunia dengan menduduki posisi ke- 4. Pada tahun 2016-2017 konsumsi kopi di Indonesia mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg(Badan Pusat Statistik Indonesia, 2017). Dengan kondisi seperti ini tidak heran jika meningkatnya

konsumsi kopi di Indonesia, Kedepannya konsumsi kopi di Indonesia bisa menjadi 370.000 ton pada tahun 2021(Kompas,08 Juli 2019).

Minuman kopi merupakan salah satu jenis minuman yang memiliki pencinta nya dari segala umur dan sudah menjadi sebuah gaya hidup yang modern. Untuk menemukan kopi tidaklah sulit karena dari mulai pinggir jalan, *caffè*, sampai restoran mewah pasti menyediakan minuman kopi. Meminum kopi sudah menjadi gaya hidup yang baru sehingga berdampak pada perkembangan bisnis *coffee shop* yang menjamur khususnya di Yogyakarta. Definisi *coffee shop* ialah sebuah kafe kecil atau restoran kecil yang menjual kopi, minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snacks dengan fasilitas yang menunjang ditempat tersebut.

Dewasa ini kota Jogja semakin marak dengan *coffee shop* baru yan berdiri dan tersebar diseluruh pelosok kota jogja. Akan tetapi tidak semua *coffee shop* di Jogja yang banyak dikunjungi oleh konsumen, hanya *coffee shop* tertentu yang terlihat ramai dikunjungi oleh konsumen. Dalam mempertahankan kelangsungan kehidupan perusahaan dalam bersaing maka harus diperhatikan juga bentuk-bentuk strategi. Maka dari itu pemilik *coffee shop* harus mampu berpikir secara inovatif dan memperbaiki kualitas informasi dalam era globalisasi seperti saat ini. Kelambanan dalam mengantisipasi perubahan pasar akan berdampak pada ketertinggalan *coffee shop* yang semakin besar dan mengganggu kegiatan operasionalisasi. Sehingga membangun dan mengembangkan strategi inovasi, kualitas informasi dalam bersaing mampu meningkatkan keberhasilan dan pencapaian tujuan perusahaan yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan pada bidang strategi inovasi dan kualitas informasi adalah area penelitian yang dapat berkembang terus-menerus secara dinamis dan berdampak munculnya ide-ide baru yang memiliki potensi untuk diteliti. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, usaha *coffee shop* memang dapat dijadikan andalan pembangunan ekonomi di Indonesia untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang mendukung seperti penerapan strategi inovasi dan kualitas informasi yang dapat berdampak positif pada kinerja operasional perusahaan. Maka penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali apakah hasilnya akan serupa atau tidak. Oleh karena itu penulis termotivasi untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap Kinerja operasi Perusahaan *Coffee Shop* di Yogyakarta”.

2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu masih rendahnya kinerja operasional perusahaan.

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian skripsi ini diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sebuah saran bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen operasional dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman dalam memahami inovasi proses, inovasi produk dan kinerja perusahaan dalam sebuah perusahaan.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam memahami ilmu tentang inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses dan kinerja operasional dalam sebuah perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengevaluasi kinerja dari operasional perusahaan dalam melaksanakan inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses di perusahaan. Perusahaan diharapkan memperoleh masukan dan manfaat dari inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses sebagai pengembangan teori.

4. Bagi Pengembangan Teori

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan pentingnya penerapan inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses dalam meningkatkan kinerja operasional perusahaan.

II. Uraian Penelitian

Inovasi Produk (X1)

inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkann nilai tambah. inovasi yang digunakan didalam seluruh operasional yang potensial dalam menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan konsumen (Drucker, 2014). Terkait dengan adanya inovasi produk, maka perusahaan harus mampu untuk melihat peluang pasar dengan baik sebuah inovasi produk kepada konsumen, perusahaan akan mampu bertahan dan menjadi lebih baik maupun menjadi lebih maju dari para pesaingnya. Indikator variabel ini adalah Melakukan peniruan produk yang sudah ada dipasar, Mengembangkan produk baru, Keinovativan, Kapasitas untuk berinovasi.

Kualitas Informasi (X2)

Didalam perencanaan informasi merupakan sebuah bagian dari sistem informasi yang penting didalam pengendalian perusahaan, informasi yang berkualitas menjadi pedoman bagi manajer dalam pengendalian aktivvitas serta pengendalian lingkungan, sehingga dapat mencapai tujuan dari perusahaaan itu.

Informasi yang memiliki kualitas terbaik akan meningkatkan kegunaan persepsian pengguna dan meningkatkan penggunaan sistem informasi (Liu & Arnett, 2000). Indikator variabel ini adalah Akurat, *Timeline*/Tepat Waktu, Relevan, *Up to Date*.

Inovasi Proses (X3)

Inovasi proses adalah proses peningkatan atau pembaharuan metode produksi yang akan mendorong pengurangan dalam unit biaya produksi. Inovasi-inovasi proses menekankan pada metode-metode baru dalam pengoperasian dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang sudah ada. Perubahan signifikan dalam hal teknik, peralatan dan/atau perangkat lunak. Metode Inovasi proses juga dapat membantu dalam meningkatkan mutu relative dari suatu produk dan mengurangi biaya-biaya, dengan demikian meningkatkan nilai relative produk dan jasa tersebut (Tidd *et al*, 2005).. Indikator inovasi proses adalah Peningkatan kuantitas dan kualitas produk melalui proses produksi, Penurunan beban biaya, Kecepatan dan efisiensi produksi proses, Keandalan proses produksi dan teknologi, Berusaha dalam menjaga proses produksi di depan pesaing.

Kinerja Operasional (Y)

Kinerja operasional merupakan kemampuan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya. Kinerja perusahaan secara umum dan keunggulan kompetitif merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan. Kinerja operasional merupakan kemampuan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya. Dalam pengukuran kinerja operasional dapat diukur dengan

pengukuran yang melalui pangsa pasar, peluncuran produk baru, kualitas produk jasa (Carton dan Hofer, 2006).

Pengukuran kinerja operasional diukur melalui perusahaan mampu mencapai pangsa pasar (market share) yang telah ditargetkan, Perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen Perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen, Tingkat kualitas, Tingkat kuantitas, Biaya jaminan dan garansi, Ketepatan waktu produk sampai ketangan konsumen.

III. Metode Penelitian

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti yaitu metode angket (kuisisioner). Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dalam melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama sebagai sampel dimana salah satu teknik non probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang mana teknik ini digunakan untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Pengolahan data dari penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis berupa aplikasi sistem pengolahan data SPSS versi 22 Untuk mengetahui hubungan antar variabel yang dihasilkan dari data penelitian yang telah diolah.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti yaitu metode angket (kuisisioner). Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dalam melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama sebagai sampel dimana salah satu teknik non probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang mana teknik ini digunakan untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Pengolahan data dari penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis berupa aplikasi sistem pengolahan data SPSS versi 22 Untuk mengetahui hubungan antar variabel yang dihasilkan dari data penelitian yang telah diolah.

IV. Hasil Penelitian

Uji Validitas

Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dari P_Value . Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan variabel inovasi produk, kualitas informasi inovasi proses dan kinerja operasional dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliable*.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dimana pengambilan keputusan adalah dengan melihat angka probabilitas signifikansinya. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

| Variabel | P-Value |
|-------------------------|---------|
| Inovasi Produk (X1) | 0,076 |
| Kualitas Informasi (X2) | 0,083 |
| Inovasi Proses (X3) | 0,092 |
| Kinerja Operasional (Y) | 0,084 |

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian adanya multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan besarnya nilai VIF. Jika nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada tabel berikut:

| Variabel | P-Value |
|-------------------------|---------|
| Inovasi Produk (X1) | 0,076 |
| Kualitas Informasi (X2) | 0,083 |
| Inovasi Proses (X3) | 0,092 |
| Kinerja Operasional (Y) | 0,084 |

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Bila nilai probabilitas (sig) > 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil perhitungan dapat dilihat dalam tabel berikut:

| Variabel Bebas | Koefesien Regresi | t Hitung | Sig | Kesimpulan |
|-------------------------|-------------------|----------|-------|-----------------------------------|
| Inovasi Produk (X1) | 0,056 | 0,500 | 0,618 | Tidak Terjadi heteroskedastisitas |
| Kualitas Informasi (X2) | 0,124 | - 1,133 | 0,259 | Tidak Terjadi heteroskedastisitas |
| Inovasi Proses (X3) | 0,0299 | 0,233 | 0,817 | Tidak Terjadi heteroskedastisitas |

Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu variabel inovasi produk, kualitas informasi, dan inovasi proses terhadap variabel dependen dalam hal ini adalah kinerja operasional perusahaan. Hasil regresi linier berganda dapat ditunjukkan dalam table berikut:

| Variabel | Koefisien Regresi | t _{hitung} | Sign. t | Keterangan |
|--------------------------|-------------------|---------------------|---------|------------|
| Inovasi produk | 0,303 | 4,328 | 0,000 | Signifikan |
| Kualitas informasi | 0,209 | 3,077 | 0,003 | Signifikan |
| Inovasi proses | 0,436 | 5,621 | 0,000 | Signifikan |
| Adjuste R Square = 0,616 | | | | |
| F hitung = 64,565 | | | | |
| Signifikan F = 0,000 | | | | |

Variabel dependen : Kinerja Operasional (Y)

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

a. Koefisien inovasi produk

Pada variabel inovasi produk mempunyai koefisien regresi yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,303, sehingga apabila inovasi produk naik, maka kinerja operasional perusahaan karyawan juga akan naik.

b. Koefisien kualitas informasi

Pada variabel kualitas informasi mempunyai koefisien regresi yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,209, sehingga apabila kualitas informasi karyawan naik, maka kinerja operasional perusahaan juga akan naik.

c. Koefisien inovasi proses

Pada variabel inovasi proses mempunyai koefisien regresi yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,436, sehingga apabila inovasi proses karyawan naik, maka kinerja operasional perusahaan juga akan naik.

d. Kesimpulan

Berdasarkan Tabel 4.1.7 menunjukkan nilai koefisien regresi yang paling besar diperoleh variable inovasi proses 0,436. Hal ini menunjukkan variable inovasi proses memiliki hubungan yang sangat erat dengan variabel kinerja operasional. .

Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Hasil uji t-test dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

| Variabel | Koefisien Regresi | t_{hitung} | Sign. t | Keterangan |
|--------------------|--------------------------|---------------------------|----------------|-------------------|
| Inovasi produk | 0,303 | 4,328 | 0,000 | Signifikan |
| Kualitas informasi | 0,209 | 3,077 | 0,003 | Signifikan |
| Inovasi proses | 0,436 | 5,621 | 0,000 | Signifikan |

| | |
|-------------------|----------|
| Adjusted R Square | = 0,616 |
| F hitung | = 64,565 |
| Signifikan F | = 0,000 |

1. Pengujian pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional perusahaan.

Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) artinya pada variabel inovasi produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

2. Pengujian pengaruh kualitas informasi terhadap kinerja operasional perusahaan.

Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,003. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,003 < 0,05$) artinya pada variabel kualitas informasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

3. Pengujian pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional perusahaan.

Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) artinya pada variabel inovasi proses secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

Koefisien Determinasi Berganda

Nilai Adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0,616. Hal ini berarti variasi perubahan kinerja operasional perusahaan pada usaha *coffee shop* di Yogyakarta dipengaruhi oleh variasi dari inovasi produk, kualitas informasi, dan inovasi proses sebesar 61,6%. Sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

Uji F

Uji ini untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas/*independen* secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat/*dependen*. nilai signifikan F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas informasi, dan inovasi proses secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan.

V. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel inovasi produk terhadap variabel kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada variabel inovasi produk terhadap kinerja operasional dengan tingkat

signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) sebesar $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

2. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas informasi produk terhadap variabel kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada variabel inovasi produk terhadap kinerja operasional dengan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,003. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,003 < 0,05$) sebesar $0,003 < 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel inovasi proses terhadap variabel kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada variabel inovasi produk terhadap kinerja operasional dengan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) sebesar $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

4. Adanya pengaruh variasi perubahan kinerja operasional perusahaan pada usaha *coffee shop* di Yogyakarta dipengaruhi oleh variasi dari inovasi produk, kualitas informasi, dan inovasi proses sebesar 61,6%.
5. Adanya pengaruh signifikan bahwa inovasi produk, kualitas informasi, dan inovasi proses secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Dibuktikan melalui nilai signifikan F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

6. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dengan tingginya tingkat pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional, maka pentingnya para pemilik untuk meningkatkan inovasi proses dalam meningkatkan efisiensi dalam proses produksi karena memberikan arah metode operasi baru sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Sesuai dengan hasil penelitian ini maka, maka inovasi proses merupakan hal penting yang perlu diterapkan oleh perusahaan. Inovasi proses yang di susun dengan baik akan menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai unggul sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

2. Saran untuk penelitian lanjutan dapat menambahkan hubungan antara variable inovasi proses ke inovasi produk karena belum ada diuji penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto (2005), Manajemen Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmed, K dan Stepherd Charles (2010) Innovation Management, Pearson Education, Inc., New Jersey
- Assauri, S. (2004) Manajemen Produksi dan Operasi, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia : . Jakarta
- Azwar, S (2009), Reliabelitas dan Validitas, Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Baldwin, J.R. (1997). The Importance of Research and d\Development for Innovation in Small and Large Canadian Manufacturing Firms, Paper No. 107, 11F0019MPE No. 107, ISSN: 1200-5223, ISBN: 0-660-17140-6, Statistics Canada, 24B, R.H., Coats Building Ottawa, K1A 0T6.
- Barnes, S.J dan Vidgen, R.T (2003). Measuring Web Site Quality Improvements: A Case Study of The Forum On Strategic Management Knowledge Exchange. *Industrial Management and Data System*, Page 297-309.
- Cooper, Robert G., (2000). "Product Innovation and Technology Strategy", *Journal Research Technology Management*, Page. 38 -41.
- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta Analysis of Effect of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3): Page.555–590.
- Dhewanto, W. (2015). Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro. ALFABETA. Bandung
- Drucker, P.F. (2014) Innovation and Entrepreneurship Pratica and Principles. New York, Harper & Row, Publisher, Inc.
- Ellitan *et al* (2009). Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia. Alfabeta. Bandung.

- Fathi, Ahmad *et al* (2016). The Mediating Role of Product and Process Inovations on The Relationship between Knowledge Management and Operation Performance in Manufacturing Company in Jordan. *Business Process Management Journal*. Vol. 23. Page 349-376.
- Gujarati, N.D (2003). Basic Econometrics. 4th ed. New York: MccGraw-Hill Companies, inc
- Ghozali, I. (2006). Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Adnan. (2010). Sistem Informasi Manajemen Bisnis. Unhalu Press. Kendari.
- Hartini, Sri (2012) Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 14 (1) Page. 63-90
- Heizer dan Render. (2009). *Manajemen Operasi*. Buku 2. Edisi 9. (Diterjemahkan oleh: Sungkono, C.), Salemba Empat: Jakarta.
- Herjanto, E. (2015). Manajemen Operasi Edisi III. Jakarta: Garsindo
- Hurley, R dan Hult, G.T.(1998). Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Exemination. *Journal of Marketing*,62(3): Page.22-54
- Jahanshahi, *et al*. (2012) Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance: Evidence From Small and Medium Enterprises. *African Journal of Business Management*.Vol. 6(15) Page. 6486-6496.
- Jogiyanto, H.M. (1999). Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur, Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. ANDI, Yogyakarta.
- K.J. Klein and J.S. Sorra, (1996). The Challenge of Innovation Implementation, *Academy of Management Review*, Vol. 21(4) Page, 1055-1077
- Kusumawati, Ratna. (2010). Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5(9), Page.53-64.
- Liu, C *et al*. (2000). Exploring The Factors Associated ith ebsite Success In The Contet OF Electronic Commerce. *Information and Management*. Vol.7(4), Page. 23-33.

- Lukas, B.A. and Ferrel. (2000), "The Effect of Market Orientation on product Innovation," *Academy of Marketing Science*, Vol.28(2), Page.239-247.
- Lenny *et al.*, (2007). The impact of supply chain management practices on performance of SMEs. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), Page.103–124.
- Leonard, Barton, D. (1991), The Role of Process Innovation and Adaptation in Attaining Strategic Technological Capability. *International Journal Technology Management*, Special Issue on Manufacturing Strategy, Vol. 6, Page. 303-320.
- O'Brien, J (2004), *Management Information Systems: Managing Information Technology in The Internet-worked Enterprise*, Mc Graw Hill: New York
- Prajogo, D.I (2015), The Strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance, *International Journal of Production Economics*. 171, Page.241-249.
- Robbins, Stephen, P (1996), *Perilaku Organisasi Jilid II*, Alih Bahasa Hidayana Pujaatmaka, Prenhalindo, Jakarta.
- Schiffman, L dan Kanuk, L (2010) *Consumer Behavior*. 10th Edition. Global Edition, USA: Prentice-Hall Inc.
- Sutabri, T. (2012), *Analisis Sistem Informasi*. ANDI. Yogyakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 4th Edition*. John Wiley
- Utterback, J.M, (1994). *Mastering The Dynamics of Innovation: How Companies Can Seize Opportunities in The Faces Of Technology Change* Boston. Harvard Business School Press.
- Wiyono, B.B (2001). *Statistik Pendidikan: Buku Bahan Ajar Mata Kuliah Statistik*: Univeristas Malang.
- Yamit, Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: EKONOSIA.
- Zahra, S. A *et al* (1993). Innovation Strategy and Financial Performance In Manufacturing Companies: An Emperical Study Production and Operation Management, 2,1, Page.15-7.