

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASI
PADA BUS PARIWISATA PT. REJEKI TRANSPORT**

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Devi Novita Sari

Nomor Mahasiswa : 16311200

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2020

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASI
PADA BUS PARIWISATA PT. REJEKI TRANSPORT**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Devi Novita Sari
Nomor Mahasiswa : 16311200
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 29 Juli 2020

Penulis,


Sari
Devi Novita Sari

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASI
PADA BUS PARIWISATA PT. REJEKI TRANSPORT**

Nama : Devi Novita Sari

Nomor Mahasiswa : 16311200

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 29 Juli 2020

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M Nasito', with a horizontal line extending from the end of the signature.

Mochamad Nasito, Drs., M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASI PADA BUS
PARIWISATA PT. REJEKI TRANSPORT**

Disusun Oleh : **DEVI NOVITA SARI**
Nomor Mahasiswa : **16311200**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Senin, 07 September 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Mochamad Nasito, Drs., M.M.



Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M.




Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia




Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil'alamin, dan dengan segala rasa syukur kepada Allah SWT, Rasulullah SAW yang selalu menjadi panutan saya dalam setiap hal yang saya lakukan. Dengan kerendahan hati saya persembahkan Skripsi ini teruntuk:

Bapak Samsudin Umar dan Ibu Kamariah, kedua orang tua saya yang hebat. Doa-doanya tidak pernah putus untuk mengiringi setiap langkah anaknya dalam mencapai cita-cita. Selalu memberikan dukungan kepada anaknya dengan keringat dan doa sehingga saya dapat menggapai apa yang saya impikan.

Rizal, Rizky dan Tsabita, saudara dan juga adik saya. Serta Keluarga yang telah memberikan support kepada saya.

Untuk Muhammad Ricky Syahbani yang telah memberikan dukungan, semangat dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dan untuk teman – teman saya yang selalu memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

HALAMAN MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Alam Nasyroh: 5)

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah
diusahakannya”

(An Najm : 39)

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASI
PADA BUS PARIWISATA PT. REJEKI TRANSPORT**

**Devi Novita Sari
Universitas Islam Indonesia
Email: 16311200@students.uii.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aktivitas inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional. Penelitian ini dilakukan di perusahaan bus pariwisata yang berlokasi di kota Yogyakarta. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 50 responden. Metode analisis penelitian dilakukan dengan metode Pearson Correlation dengan menggunakan komputer seri program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasi.

Kata kunci: aktivitas inovasi, inovasi produk, inovasi proses, implementasi inovasi, kinerja operasional.

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASI
PADA BUS PARIWISATA PT. REJEKI TRANSPORT**

Devi Novita Sari
Universitas Islam Indonesia
Email: 16311200@students.uii.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of innovation activities namely product innovation, process innovation, and implementation of innovation on operational performance. This research was conducted at a tourism bus company located in the city of Yogyakarta. The research sample used was 50 respondents. The method of research analysis was carried out using the Pearson Correlation method using a SPSS computer program series. The results of this study indicate that innovation activities have a positive and significant effect on operating performance.

Keywords: innovation activities, product innovation, process innovation, implementation of innovation, operational performance

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat serta karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Inovasi Terhadap Kinerja Operasi Pada Bus Pariwisata PT. Rejeki Transport”**.

Karya ilmiah ini dalam penyusunanya tentu terdapat perjuangan dan tantangan bagi penulis. Penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penyusunan karya ilmiah ini tidak lain berkat usaha, doa, dukungan, serta bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT** atas limpahan rahmat, karunia, hidayah-Nya kepada penulis hingga saat ini. Serta Nabi **Muhammad SAW** yang telah menjadi suri tauladan bagi seluruh umatnya.
2. **Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D.**, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. **Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.**, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. **Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. **Bapak Mochamad Nasito, Drs., M.M.**, selaku Dosen Pembimbing. Yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta ilmu selama penulis selama proses perkuliahan hingga skripsi ini selesai.

6. Orangtua tercinta **Ayahanda Samsudin Umar** dan **Ibunda Kamariah A.Md.Keb** yang selalu memberikan doa, kasih sayang serta dukungan baik moral maupun finansial.
7. **Perusahaan Bus Pariwisata** yang berada di Kota Yogyakarta senantiasa memberikan kesempatan untuk menjadi objek penelitian.
8. Sahabat yang selalu mendukung semenjak masa perkuliahan **Azza Dellaftina Mumtazquila, Maharani Nur Listyaningrum, Fatimatuazzahroh, Findi Arista Dyah**. Terima kasih atas dukungan kalian yang selalu mendukung penulis dalam setiap hal.
9. Untuk **Monika Widi Hapsari** yang sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang mampu menerima keluh kesah penulis. Terimakasih semoga dimudahkan dalam segala urusan.
10. **Teman-teman Manajemen Universitas Islam Indonesia 2016** Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Harapan yang besar bagi penulis skripsi ini dapat memeberikan manfaat bagi semua pihak. Semoga rahmat dan karunia Allah SWT selalu terlimpahkan kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 29 Juli 2020



Devi Novita Sari

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Definisi Inovasi.....	9
2.2.2. Aktivitas Inovasi.....	10
2.2.2.1. Inovasi Produk	10
2.2.2.2. Inovasi Proses	12
2.2.2.3. Implementasi Inovasi	14
2.2.2.4. Kinerja Operasional	15
2.3. Hubungan Antar Variabel	17
2.3.1. Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional	17
2.3.2. Pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional	18
2.3.3. Pengaruh implementasi inovasi positif kinerja operasional	19
2.4. Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22

3.1.	Lokasi Penelitian.....	22
3.2.	Populasi dan Sampel	22
3.3.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	23
3.3.1.	Variabel Penelitian.....	23
3.3.2.	Variabel Inovasi Produk	23
3.3.3.	Variabel Inovasi Proses	24
3.3.4.	Variabel Implementasi Inovasi	24
3.3.5.	Variabel Kinerja Operasional	25
3.4.	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	26
3.4.1.	Data Primer	26
3.4.2.	Data Sekunder.....	27
3.5.	Metode Analisis Data	27
3.5.1.	Uji Validitas	27
3.5.2.	Uji Reliabilitas	28
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik Analisis Regresi	29
3.5.3.1.	Uji Normalitas	29
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas	29
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.5.4.	Uji Statistik	30
3.5.4.1.	Analisis Regresi Berganda	30
3.5.4.2.	Hasil Koefisien Determinasi (R_2)	32
3.5.4.3.	Pengujian Hipotesis.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1.	Karakteristik Responden	33
4.2.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	36

4.2.1.	Hasil Uji Validitas	36
4.2.2.	Uji Reliabilitas	38
4.3.	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.3.1.	Inovasi produk	40
4.3.2.	Inovasi proses	42
4.3.3.	Implementasi inovasi	43
4.3.4.	Variabel Kinerja operasional	44
4.4.	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	46
4.4.1.	Uji Normalitas.....	46
4.4.2.	Uji Multikolinieritas	47
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	48
4.5.	Pengujian Statistik.....	49
4.5.1.	Analisis Regresi Berganda.....	49
4.5.2.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.5.3.	Pengujian Hipotesis	50
4.6.	Pembahasan.....	52
4.6.1.	Pengaruh inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional.....	52
4.6.2.	Pengaruh Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional.....	53
4.6.3.	Pengaruh Implementasi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		56
5.1.	Kesimpulan	56
5.2.	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA		58

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Karakteristik Reponden.....	34
Table 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X1).....	36
Table 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Proses (X2).....	37
Table 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Implementasi Inovasi (X3).....	37
Table 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Operasional (Y).....	38
Table 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Table 4.7 Interval Skala.....	39
Table 4.8 Distribusi Jawaban Responden Tentang Inovasi Produk.....	40
Table 4.9 Distribusi Jawaban Responden Tentang Inovasi Proses.....	42
Table 4.10 Distribusi Jawaban Responden Tentang Implementasi Inovasi.....	43
Table 4.11 Distribusi Jawaban Responden Tentang Kinerja Operasional.....	45
Table 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	46
Table 4.13 Uji Multikolinieritas.....	47
Table 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Table 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini secara tidak langsung persaingan antar pelaku usaha sangat ketat sehingga dibutuhkan inovasi dalam dunia bisnis. Proses inovasi sangat dibutuhkan karena akan membawa perubahan besar dalam lingkungan bisnis. Proses inovasi merupakan proses yang sangat penting dalam menjalankan usaha karena dengan melakukan inovasi dapat mempertahankan keunggulan daya saing dan pertumbuhan sebuah usaha. Oleh karena itu pelaku usaha harus selalu mengubah sesuatu menjadi lebih baik maupun membuat sesuatu yang baru dan modern, agar produk yang diciptakan bisa diterima konsumen dan masyarakat. Dengan adanya inovasi produk, pelaku usaha dapat melakukan inovasi dari produk yang sudah ada serta membuat produk yang paling baru.

Dalam menjalankan sebuah usaha untuk bisa bersaing, pelaku usaha diharapkan mampu menerapkan strategi inovasi. Dengan melakukan inovasi pelaku usaha akan mampu bersaing dalam dunia bisnis. Dikutip dari Miles dan Snow (2003), “terdapat empat tipe strategi dalam melakukan inovasi yakni, Prospectors yaitu suatu usaha yang berusaha untuk mencari pasar lalu mengembangkan suatu produk atau jasa baru, Analyzers yaitu ketika suatu usaha yang memiliki strategi seperti prospectors berusaha untuk mengembangkan produk atau jasa baru dan mencari pasar tapi tetap menjaga pasar yang sudah ada, Defenders yaitu ketika suatu usaha berusaha untuk mempertahankan pasar yang

sudah ada (produk atau jasa) dengan melakukan pengembangan dalam hal efisiensi seperti saluran distribusi dan biaya produksi, Reactors yakni ketika suatu pelaku usaha melakukan suatu tindakan reaktif terhadap apa yang dilakukan oleh pesaing tanpa pernah berusaha untuk melakukan tindakan antisipatif”.

Menurut K.J Klein et.al (1996), terdapat dua model aktivitas dalam melakukan suatu inovasi, pertama source-based adalah model berdasarkan perspektif pengembangan atau inovasi sumber. Dalam model source-based mengemukakan bahwa inovasi merupakan produk atau jasa baru yang dihasilkan dalam memenuhi kebutuhan pasar. Dalam melakukan inovasi pelaku usaha perlu melakukan perubahan strategi secara menyeluruh. Strategi tersebut bertujuan untuk memberitahu pasar bagaimana perusahaan akan menerapkan inovasinya dan apa yang akan diinovasi oleh perusahaan. Kedua yaitu user-based stage model yang berorientasi pada pasar/ konsumen. Model ini membuat inovasi berorientasi pada kesadaran kebutuhan dan keinginan pemakai dan melihat peluang yang ada.

Menurut Hyun Joong Im, Young Joon Park dan Janghoon Shon (2015) Inovasi adalah salah satu penentu terpenting kemakmuran dan pertumbuhan korporasi yang berkelanjutan. Perusahaan yang inovatif dapat memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di atas para pesaingnya dengan memiliki teknologi eksklusif dan menyediakan produk yang menguntungkan bagi pasar.

Keunggulan bersaing yang signifikan mampu untuk mendapatkan keuntungan di atas laba yang telah didapat oleh pesaing di dalam suatu industri pasar yang sama. Banyak faktor untuk memperoleh keunggulan bersaing yang

signifikan salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga bisa meningkatkan kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun cara untuk suatu perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yaitu memberi harga yang minimum dalam menawarkan produk atau jasa, dan memberikan keunikan pada produk atau jasa dibanding dengan para pesaing, atau memfokuskan produk atau jasa tersebut pada segmen tertentu karena kunci pokok untuk bertahan dalam era modern saat ini adalah keunggulan bersaing.

Bus merupakan kendaraan yang digunakan untuk membawa penumpang dalam jumlah banyak. Peranan bus saat ini menjadi sangat penting bagi daerah atau provinsi yang ada di Indonesia. Jasa transportasi bus merupakan bentuk pelayanan jasa memenuhi kebutuhan konsumen untuk mengantarkan konsumen dari satu tempat ke tempat lain dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen selama perjalanan berlangsung. Pada era saat ini sudah banyak sekali bus yang beroperasi di Indonesia salah satunya bus pariwisata PT. Rejeki Transport yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dengan semakin pesatnya jumlah penduduk saat ini maka semakin pesat pula minat masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi bus untuk melakukan perjalanan wisata. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki beragam tempat wisata, di mana banyak tempat menarik yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Dengan beragamnya tempat wisata yang ada di Yogyakarta membuat Perusahaan Bus Pariwisata berlomba-lomba untuk memenangkan pasar agar

dapat terus tumbuh dalam persaingan dan tetap mempertahankan pasar yang sudah ada. Sehingga perusahaan harus memiliki keunggulan pada produk dan jasa.

Inovasi merupakan salah satu proses untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Permasalahan yang sering terjadi dalam dunia bisnis adalah produk bagus tetapi harga mahal atau produk yang murah tetapi tidak berkualitas. Pelaku usaha harus peka terhadap keinginan konsumen yang kadang sulit diterima karena keinginan konsumen yang paling umum adalah menginginkan produk yang bagus tetapi dengan harga yang murah. Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Inovasi Kinerja Operasi Pada Bus Pariwisata PT. Rejeki Transport”**

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, mengenai pentingnya suatu inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah aktivitas inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional?
2. Apakah aktivitas inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional?
3. Apakah implementasi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional.

2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut merupakan hasil dan manfaat dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah suatu wawasan baru, menambah ilmu pengetahuan yang luas, dan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh pada masa perkuliahan khususnya manajemen inovasi.

2. Untuk Pembaca

Dengan adanya penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memudahkan para pembaca dalam mempelajari dan menerapkan strategi inovasi dalam kinerja operasional.

3. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian yang telah dilakukan diharapkan akan menjadi suatu pertimbangan perusahaan jasa transportasi dalam mengimplementasikan strategi inovasi dengan memerhatikan faktor inovasi produk, inovasi proses dan implementasi inovasi supaya dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arifin Mukti, Sri Lestari dan Devani Laksmi Indyastuti (2013) dengan judul “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Industri Knalpot Di Kabupaten Purbalingga”. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja operasional. Riset dari penelitian ini menunjukkan adanya variabel strategi inovasi yang terdiri dari inovasi produk, inovasi proses, dan implementasi inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional pada industri knalpot di kota Purbalingga. Agar industri knalpot di Purbalingga mampu untuk bersaing di dalam lingkungan global, maka perusahaan memerlukan strategi yang tepat supaya tujuannya tercapai. Salah satunya yaitu perusahaan harus terus-menerus untuk melakukan suatu pengembangan, inovasi pada produk atau jasa, penemuan-penemuan yang baru maupun perbaikan pada produk yang sudah ada untuk mendapatkan keunggulan bersaing. lebih dominan perannya strategi inovasi produk pada industri knalpot dibandingkan dengan inovasi proses dalam meningkatkan kinerja operasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Xiaojun Pan & Shoude Li (2016) dengan judul “Dynamic optimal control of process–product innovation with learning by doing. Adapun tujuan penelitian ini untuk membuktikan bahwa inovasi proses dan inovasi produk sangat berpengaruh terhadap kinerja operasional suatu perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa adanya literatur tentang

inovasi membedakan antara inovasi produk dan inovasi proses. Inovasi produk adalah implementasi atau komersialisasi dari suatu produk atau jasa dengan karakteristik kinerja yang ditingkatkan dan memberikan layanan yang secara objektif baru atau lebih baik kepada pengguna. Inovasi produk atau jasa mencakup kegiatan seperti desain, penelitian dan pengembangan, perolehan paten, lisensi teknologi, merek dagang, dan rekayasa peralatan dan industri. Inovasi proses adalah penerapan metode produksi atau pengiriman yang baru atau lebih baik. Mungkin melibatkan investasi dalam teknologi baru yang terkandung dalam permesinan dan peralatan, perangkat lunak baru untuk manajemen rantai pasokan, perangkat lunak baru untuk merancang produk dan pelatihan staf untuk menawarkan layanan baru kepada pelanggan. Banyak perusahaan, terutama di bidang teknologi, secara simultan meningkatkan kualitas produk dengan inovasi produk dan mengurangi biaya produksi dengan inovasi proses, sehingga kedua jenis inovasi ini saling melengkapi dalam meningkatkan keuntungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Jing Guo et al (2016) dengan judul *A needs analysis approach to product innovation driven by design*. Adapun tujuan penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya inovasi produk sangat berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan. Riset penelitian menunjukkan bahwa analisis dan penerapan sumber daya yang efektif merupakan kekuatan pendorong inovasi produk. Inovasi produk sangat penting untuk kebutuhan pelanggan, karena kebutuhan pelanggan tidak bisa di prediksi dan tak terduga. Penting untuk meneliti fitur-fitur dasar pelanggan dan lingkungannya. Salah satunya pendekatan analisis kebutuhan potensial yang diusulkan dalam

penelitian ini untuk mengubah bentuk inovasi produk dari pasif menjadi aktif, dan memberikan peluang teknologi bagi perusahaan untuk mengembangkan produk baru. Ini mengubah inovasi tarikan pasar menjadi cara inovasi produk dengan merangsang kebutuhan potensial.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayman Bahjat Abdallah, Ahmad Fathi Al-Sa'di dan Samer Eid Dahiyat (2017) dengan judul “The Mediating Roles of Product and Process Innovations on the Relationship between Knowledge Management and Operational Performance in Jordanian Companies”. Tujuan dari penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional. Riset penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional. Inovasi proses terjadi sebagai akibat dari penggabungan antara pengetahuan dan kompetensi yang sudah ada dengan pengetahuan baru sehingga menambah nilai pada produk. Inovasi proses berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sehingga perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja operasional harus fokus pada inovasi proses yang berkontribusi pada peningkatan kualitas, pengurangan biaya dan peningkatan respon.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rita (2010) dengan judul “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur”. Dengan adanya penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa terdapat pengaruh implementasi inovasi terhadap kinerja operasional. Riset dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan langsung antara implementasi inovasi terhadap kinerja operasional Implementasi inovasi adalah

suatu proses untuk mendapatkan karyawan yang bertanggung jawab dan tepat dalam melakukan inovasi.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Definisi Inovasi

Inovasi akan menjadi salah satu faktor kunci kesuksesan ketika suatu organisasi tersebut memberikan perhatian di dalam lingkungan kompetisi global. Menurut Cottam (2001), menyatakan bahwa inovasi sebagai salah satu alternatif bagi perusahaan untuk bertahan hidup didalam lingkungan persaingan yang ketat. Sedangkan Johne (1999), mendefinisikan jika suatu bisnis berada di dalam persaingan yang kompetitif maka perusahaan dituntut untuk membuat suatu inovasi. Jika bisnis yang ada di dalam persaingan yang sangat ketat tidak melakukan inovasi, maka bisnis akan mengalami suatu risiko yaitu sulit bertahan hidup di dalam persaingan yang sangat ketat. Inovasi dipercaya menjadi senjata yang tangguh untuk menghadapi persaingan dan menjadi faktor yang sangat penting dalam persaingan industri (Tzokas et.al, 1994), selain itu inovasi juga merupakan faktor penting sebagai kunci keberhasilan bagi suatu perusahaan (Schilleweart et.al, 2002). Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya suatu inovasi terhadap suatu organisasi di dalam lingkungan bisnis di era sekarang.

Menurut Therrien et.al (2011), inovasi adalah suatu proses yang kompleks terkait dengan adanya perubahan fungsi dan proses produksi di mana perusahaan berusaha memperoleh dan membangun kompetensi teknologi mereka yang berbeda, dipahami sebagai serangkaian sumber daya yang dimiliki perusahaan dan cara transformasi oleh kemampuan inovatif. Adapun pendapat lain menurut

Avanti Fontana (2011), “inovasi adalah suatu keberhasilan sosial dan ekonomi berkat diperkenalkannya atau ditemukannya cara-cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output sedemikian rupa sehingga berhasil menciptakan perubahan besar atau perubahan drastis dalam hubungan antara nilai guna atau nilai manfaat dan nilai moneter atau harga”.

Yasil, Koska, dan Buyukbese (2015) mendefinisikan bahwa, kemampuan inovasi sebagai kinerja perusahaan dengan berbagai jenis inovasi untuk mencapai peningkatan inovasi secara keseluruhan. Inovasi harus fokus pada peningkatan teknologi atau pengembangan produk untuk menghasilkan produk baru dan layanan yang lebih baik kepada konsumen.

Vyas (2009) adalah lima manifestasi definisi dari inovasi, yaitu :

- a. Bukan pasar baru.
- b. Bentuk bentuk organisasi industri.
- c. Penggunaan proses industri baru.
- d. Pengembangan sumber bahan baku baru atau input baru lainnya.
- e. Penciptaan produk baru atau meningkatkan kualitatif dalam produk yang sudah ada.

2.2.2. Aktivitas Inovasi

2.2.2.1. Inovasi Produk

Inovasi produk ditetapkan sebagai inovasi yang digunakan dalam seluruh kegiatan operasional perusahaan di mana produk baru dibuat dan dipasarkan. Inovasi produk ditunjukkan untuk perusahaan dalam mempertahankan hidup suatu

produk, karena dengan produk yang sudah ada lebih rentan untuk mengubah kebutuhan konsumen, dengan adanya selera teknologi juga bisa mengubah kebutuhan konsumen, siklus hidup produk lebih pendek, dan mempertinggi persaingan di dalam dan luar negeri. Penelitian Panigrahy et al. (2015) menyatakan bahwa inovasi pada produk sangat penting dan harus dalam upaya mempertahankan pangsa pasar melihat persaingan di antara banyak upaya telah membuat alat peraga ini edukatif.

Yusof, Roddin, dan Awang (2015) menyatakan bahwa definisi menurut kami bergantung pada daya saing adalah transformasi pengetahuan menjadi proses, produk dan layanan baru. Inovasi juga dapat didefinisikan sebagai aplikasi ide-ide baru ke dalam produk, proses atau aspek lain dalam suatu kegiatan perusahaan. Inovasi berfokus pada proses untuk mengkomersialkan ide menjadi sesuatu yang kita pertimbangkan. Inovasi terbagi menjadi lima jenis yaitu produk baru, metode produksi baru, sumber pasokan, eksploitasi pasar baru baru dan cara-cara baru untuk mengelola bisnis.

Inovasi produk adalah peran yang sangat penting untuk produk atau jasa tetap bertahan pada suatu industri karena dengan adanya inovasi produk menjadi nilai tambah pada suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Dengan dilakukannya inovasi juga menentukan keunggulan suatu industri dengan cara industri tersebut dapat menawarkan suatu produk kepada konsumennya dengan nilai yang unggul sebagai bagian dari diferensiasi (pertahanan) dengan produk pesaing. Inovasi produk yang telah dikembangkan mampu untuk meningkatkan kemampuan dari suatu industri dengan menghasilkan produk yang berkualitas, produk yang

dihasilkan selalu dapat dikembangkan atau dilakukan inovasi berkelanjutan maka dari itu industri harus lebih bisa meningkatkan kemampuan pada pengembangan produk yang sudah dilakukan.

Yasil, Koska, dan Buyukbese (2015) mendefinisikan bahwa, inovasi dalam berbagai cara yang lebih berfokus pada peningkatan pengembangan produk atau teknologi. Kemampuan kinerja perusahaan dalam melakukan berbagai jenis inovasi untuk mencapai eskalasi inovasi secara keseluruhan. Inovasi harus fokus pada peningkatan teknologi atau pengembangan produk untuk menciptakan produk baru dan layanan yang lebih baik kepada konsumen.

2.2.2.2. Inovasi Proses

Inovasi proses mempunyai arti yaitu sebagai suatu komponen yang baru dalam suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasa, seperti spesifikasi tugas, mekanisme, materi bahan baku, maupun peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk atau jasa (Damanpour, 1991). (Cooper, 1998 ; Utterback, 1994) mengungkapkan bahwa dengan adanya inovasi proses juga akan menggambarkan adanya perubahan cara suatu organisasi untuk memproduksi produk atau jasa di dalam perusahaan. Tahapan dari inovasi proses mencakup konsepsi gagasan sampai penerimaan di pasar, produk atau jasa baru dan pengembangan proses (Perez Bustamante, 1999).

Dhewanto et al., (2015) menyatakan bahwa inovasi proses adalah pengembangan atau penciptaan proses baru dari metode produksi atau pengiriman atau aktivitas penunjang lainnya. Tujuan dari inovasi yang dilakukan organisasi

adalah untuk bertahan serta tumbuh dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Adapun definisi lain mengenai inovasi proses menurut Huarng et.al (2011) menyatakan bahwa, “inovasi proses sebagai alat atau perangkat antara input dan output, karena inovasi proses lebih menekankan pada metode-metode baru yaitu dengan teknologi baru ataupun mengembangkan teknologi yang sudah ada dalam setiap operasionalnya, hal ini bertujuan supaya di dalam inovasi proses terjadi penghematan biaya produksi per unit. Biasanya perubahan akan terus dilakukan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi biaya maupun waktu, karena mempunyai nilai unggul yang dari para pesaingnya”.

Besan et.al (2017) menyatakan bahwa, inovasi proses yaitu perubahan dalam hal dan cara produk atau jasa yang dibuat untuk ditawarkan, karena inovasi proses dinilai menjadi komponen baru yang diperkenalkan dalam operasi produk dan jasa di dalam suatu perusahaan, seperti bahan baku yang lebih mudah untuk di produksi, maupun mekanisme peralatan yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa secara lebih baik dan efisien. Terdapat 4 komponen baru yang diperlihatkan di dalam operasi produk atau jasa terkait dengan inovasi proses di dalam perusahaan, yaitu:

1. Mekanisme
2. Materi bahan baku
3. Spesifikasi tugas
4. Peralatan yang digunakan untuk untuk memproduksi barang atau jasa

Inovasi proses menjadi penentu dalam kesuksesan global dan akan menjadi salah satu hal yang penting jika disamakan dengan inovasi produk, karena inovasi proses bertujuan untuk menekan biaya yang ada pada suatu produk. Inovasi proses juga tujuannya untuk meningkatkan produktifitas lebih cepat, efektif dan efisien, serta mutu dari produk yang telah diciptakan, dan dapat meningkatkan nilai yang relatif terhadap suatu produk”.

2.2.2.3. Implementasi Inovasi

Suatu organisasi mengartikan implementasi inovasi sebagai suatu proses untuk mendapatkan karyawan yang bertanggung jawab dan tepat untuk menggunakan serta melakukan inovasi (Klein et.al 1996). Dikutip oleh Read (2000) menyatakan bahwa, “implementasi inovasi adalah suatu proses manajemen yang mendukung dan berusaha menuju perubahan budaya yang harus berasal dari puncak organisasi, karena Skenario yang ideal untuk keberhasilan implementasi inovasi adalah karyawan menjadi terampil, konsisten dan bertanggung jawab dalam penggunaan inovasi”. Keputusan yang dibuat oleh seorang manajer senior di dalam suatu organisasi yang akan menggunakan inovasi dalam pekerjaannya juga disebut implementasi inovasi. Tujuan umum dari implementasi inovasi yaitu mengubah perilaku individu di dalam suatu organisasi.

Keberhasilan dari implementasi inovasi yaitu membuat karyawan menjadi lebih terampil, bertanggung jawab dan konsisten dalam penggunaan inovasi yang telah dibuat, hal ini merupakan skenario paling sempurna dalam keberhasilan pada implementasi inovasi. Sedangkan implementasi inovasi harus berkaitan dengan

dukungan dari dalam organisasi, kreativitas dan antusiasme karyawan dalam mengimplementasikan metode maupun teknologi yang baru. Adapun tujuan fundamental dari implemetasi inovasi yaitu mengubah perilaku individu seseorang di dalam anggota organisasi. Salah satu kunci dalam implementasi inovasi adalah karyawan yang bertanggung jawab, karena ketika karyawan bertanggung jawab pada saat berinovasi dalam suatu produk maka inovasi tersebut akan terwujud.

Klein et.al (1996) memaparkan bahwa implementasi inovasi akan efektif jika implementasi inovasi berhasil meningkatkan kinerja di dalam organisasi. Ungkapan di atas menunjukkan dengan melakukan aktivitas inovasi lebih baik didukung dengan inovasi proses dalam proses produksinya, dan bagaimana cara karyawan mampu untuk mengimplementasikan inovasi yang telah dibuat dalam meningkatkan kinerja organisasi. Pandangan lain menurut Sri Lestari et al (2013) mengatakan bahwa, “implementasi inovasi akan menunjukkan kemampuan karyawannya jika penggunaan inovasi didukung dan diharapkan di dalam organisasinya. Implementasi inovasi yang ditulis oleh peneliti ini berkaitan dengan adanya dukungan dari dalam organisasi, serta antusiasme dan kreativitas karyawan dalam mengimplementasikan metode maupun teknologi yang baru”.

2.2.2.4. Kinerja Operasional

Dikutip oleh Fauzi (1995), “kinerja merupakan istilah yang umum digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktifitas dari suatu organisasi pada suatu periode, seiring dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya-

biaya masa lalu atau yang di proyeksikan, suatu dasar efisiensi, pertanggung jawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya”. Sedangkan menurut pendapat (Ettlie, 2003 yang dikutip oleh Nash, 1984) menyatakan bahwa adanya literatur yang menjelaskan hampir disemua situasi pada ukuran kinerja organisasi menggunakan..profitabilitas..dan..pertumbuhan keuangan.

Karena fungsi operasi akan memainkan peran yang strategis dalam mempertahankan dan membangun daya saing, maka perusahaan perlu merumuskan strategi operasi dengan menerapkan strategi kompetitif perusahaan mereka sendiri. Menurut Mady (2008) memproduksi prioritas kompetitif adalah cara di mana organisasi mendapatkan kesempatan tidak hanya memilih untuk bersaing dipasar, tetapi juga untuk memilih jenis pasar yang dikejar. Kinerja operasional dapat didefinisikan sebagai output atau hasil yang dicapai karena kemampuan operasionalnya yang unik (Tan et.al, 2007). Terry dan Manikas (2010) berpendapat bahwa kinerja operasional dianggap sebagai kinerja proses atau kinerja internal. Flynn et.al (2010), mengemukakan bahwa kinerja operasional sebagai peningkatan dalam respons organisasi terhadap lingkungan kompetitif yang berubah. Schroeder dan Ketokivi (2003), kinerja operasional biasanya diukur dengan beberapa dimensi yang memperlihatkan operasi internal suatu organisasi dalam hal elemen kualitas produk, kualitas proses, produktivitas dan efisiensi.

Dalam beberapa penelitian, kinerja operasional diukur melalui efektivitas, produktivitas serta efisiensi operasi internal (mis. Abdallah et al., 2014). Namun,

ukuran kinerja operasional yang paling banyak digunakan dalam literatur adalah biaya, kualitas, pengiriman, dan fleksibilitas (Abdallah et al., 2009). Pendekatan kami adalah mengikuti ukuran kinerja operasional yang banyak digunakan dengan menggunakan biaya, kualitas, pengiriman, dan fleksibilitas.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional

Inovasi produk terhubung dengan baik memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produk yang ada sebelumnya (Polder et.al 2010 ; Chang et al 2012). Inovasi produk dapat mencakup perubahan desain yang pada gilirannya, menyebabkan perubahan penting dalam penggunaan atau fitur dari produk (OECD, 2005). Tujuan utama memiliki inovasi produk dalam suatu organisasi adalah untuk meningkatkan nilai disampaikan oleh produk dan mencapai tingkat yang lebih tinggi efisiensi (Polder et al., 2010). Selain itu, inovasi produk dapat dicapai baik dengan menggunakan teknologi baru dan pengetahuan atau dengan menggunakan kombinasi baru dari teknologi dan pengetahuan yang ada (Gunday et.al, 2011).

Inovasi produk secara luas dianggap menjadi proses sulit karena didorong dengan adanya perubahan kebutuhan dari pelanggan, memajukan teknologi, meningkatkan kompetisi internasional dan mengurangi siklus hidup produk (Gunday et al., 2011). Dalam rangka mencapai tujuan organisasi berhasil, inovasi produk harus memiliki interaksi yang signifikan dalam organisasi maupun dengan pelanggan dan pemasok (Gunday et al., 2011). Sesuai dengan jurnal Jing Guo et

al (2015) dengan judul “A needs analysis approach to product innovation driven by design”. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Berdasarkan penelitian tersebut, maka terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kinerja operasional.

Dengan demikian dapat ditarik dan menentukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap kinerja operasional.

2.3.2. Pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional

Inovasi proses merupakan suatu proses memperbaharui metode produksi agar mengurangi biaya dalam unit biaya produksi. OECD (2005) menyatakan bahwa sebagai penerapan metode produksi atau pengiriman yang baru atau lebih baik yang terdiri dari perubahan penting dalam teknik, peralatan, dan perangkat lunak. Yang dapat memengaruhi kinerja operasional yaitu ada perubahan teknologi dan peralatan operasi, sehingga dapat membuat sebuah proses menjadi lebih strategis dan sangat ampuh dijadikan alat yang kompetitif. Dengan adanya inovasi proses perusahaan dapat menghasilkan suatu produk dengan biaya yang lebih rendah waktu kerja yang lebih tetapi memiliki nilai yang unggul.

Menurut Brah dan Liem (2006) mengatakan bahwa kinerja operasional adalah kesesuaian proses dan evaluasi kinerja dari operasi internal perusahaan pada kondisi untuk memenuhi persyaratan dari segi biaya, pelayanan pelanggan, pengiriman barang kepada pelanggan, kualitas, fleksibilitas dan kualitas proses produk/jasa. Maka terjadilah proses inovasi yang bertujuan untuk menekan biaya

pada produk. Berdasarkan penelitian tersebut, maka ada pengaruh antara inovasi proses terhadap kinerja operasional. Sesuai dengan jurnal Al-Sa'di et.al, (2017) dengan judul “The Mediating Roles of Product and Process Innovations on the Relationship between Knowledge Management and Operational Performance in Jordanian Companies”. Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi proses mempunyai pengaruh penting terhadap kinerja operasional. Berdasarkan penelitian ini, maka ada pengaruh antara inovasi proses terhadap kinerja operasional.

Dengan demikian dapat ditarik dan ditentukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Terdapat pengaruh positif inovasi proses terhadap kinerja operasional

2.3.3. Pengaruh implementasi inovasi positif kinerja operasional

Implementasi inovasi yaitu sebagai proses memilih karyawan yang bertanggung jawab dan tepat untuk menimplementasikan inovasi. Tujuan dari implementasi inovasi untuk merubah perilaku seorang individu di suatu organisasi. Keputusan implementasi inovasi dibuat oleh seorang manajer ketika melakukan inovasi dalam setiap pekerjaannya. Adapun tujuan mendasar dari implementasi inovasi yaitu mengubah perilaku seseorang individu di dalam suatu organisasi. Menurut pendapat Read (2000) menyatakan bahwa, “implementasi inovasi adalah suatu proses manajemen untuk menuju perubahan budaya yang harus berasal dari puncak organisasi. Skenario ideal untuk keberhasilan implementasi inovasi adalah karyawan menjadi konsisten, terampil dan bertanggung jawab dalam penggunaan inovasi”.

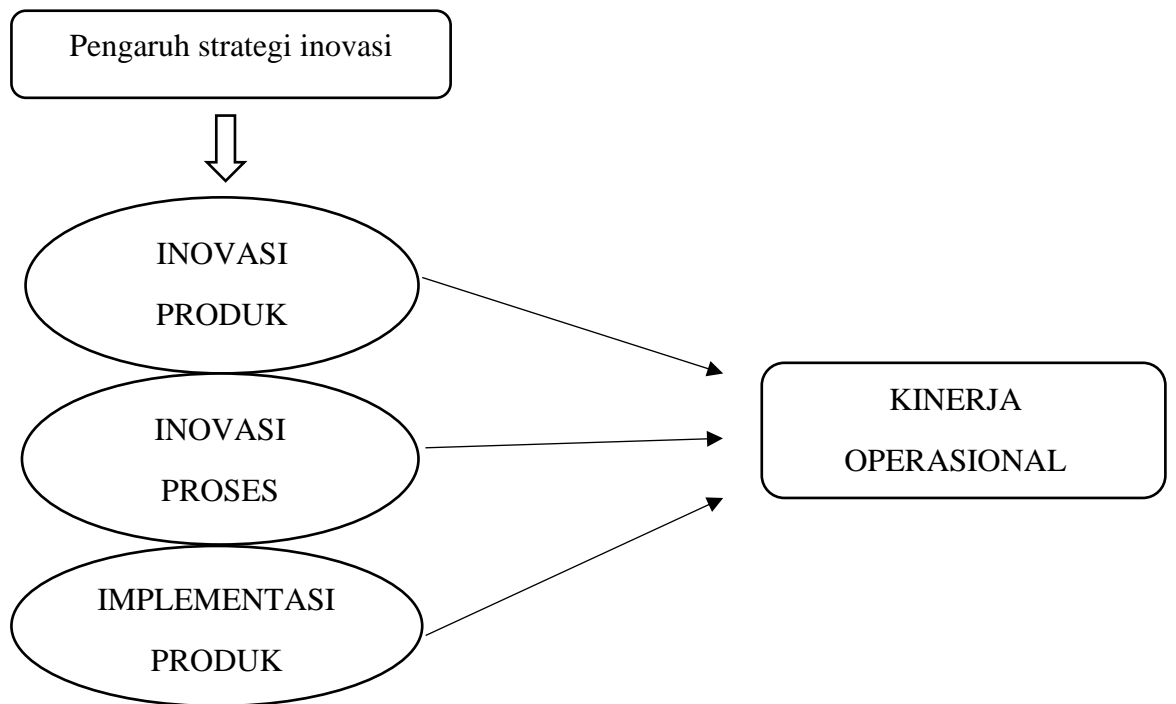
Keberhasilan suatu inovasi tidak hanya bergantung pada individu saja melainkan juga bergantung pada seluruh anggota organisasi (Fleischer dan Tornatsky, 1990 dalam Klein et.al, 1996). Pendapat lain yang juga diungkapkan oleh Klein et.al (1996) mendefinisikan bahwa, jika implementasi inovasi dijalankan dengan efektif maka meningkatkan kinerja pada suatu organisasi. Artinya bahwa melakukan aktivitas inovasi di dalam organisasi sebaiknya harus didukung dengan inovasi proses, supaya di setiap proses produksinya karyawan harus mampu mengimplementasikan inovasi untuk meningkatkan kinerja organisasinya. Berdasarkan penelitian tersebut, maka ada pengaruh antara implementasi inovasi terhadap kinerja operasional. Sesuai dengan jurnal Rita (2010) berjudul “Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur”. Riset penelitian menunjukkan inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara inovasi proses terhadap kinerja operasional.

Dengan demikian dapat ditarik dan ditentukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Implementasi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional

2.4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil rumusan hipotesis di atas, maka model penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Wilayah yang menjadi objek penelitian berlokasi di Kota Yogyakarta pada perusahaan bus pariwisata PT. Rejeki Transport.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Umar (2005) menyatakan bahwa, populasi adalah sekelompok analisis yang mengandung sebuah informasi yang ingin diketahui. Dalam penelitian ini populasi yang ingin diketahui oleh peneliti adalah semua perusahaan Bus Pariwisata yang beroperasi di Kota Yogyakarta.

Sedangkan sampel merupakan separuh dari sekelompok analisis populasi yang dipilih untuk dilakukan penelitian, dengan adanya sampel maka diharapkan penulis mengetahui informasi mengenai populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel metode yang diterapkan yaitu dengan cara convenience sampling, karena metodenya cepat dan mudah untuk dilakukan. Penelitian yang kuantitatif dalam penentuan sampel dilakukan pada saat peneliti sudah memasuki lapangan. Dengan cara peneliti memilih orang untuk dijadikan objek yang diperlukan peneliti untuk mendapatkan sumber data atau sumber data juga dapat diperoleh dari sampel sebelumnya, dan peneliti dapat mencari sampel lainnya untuk memberikan data lebih akurat (Sugiyono 2012). Banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 sampel, hasil dari separuh populasi yang telah dipilih.

3.3. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah pusat perhatian suatu penelitian atau hal-hal yang menjadi objek (Arikunto, 2010). Maka variabel didalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independent Variabel) adalah Aktivitas Inovasi yang meliputi :
 - a. Inovasi Proses (X_1)
 - b. Inovasi Produk (X_2)
 - c. Implementasi Inovasi (X_3)

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel) adalah Kinerja Operasional (Y)

3.3.2. Variabel Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan hasil penciptaan dan pengenalan produk secara radikal atau modifikasi produk yang telah ada, sehingga dalam hal ini tipe inovasi produk lebih menekankan pada pengembangan produknya (Sri Lestari et al., 2013).

Menurut Al-Sa'di et al., (2017) terdapat beberapa indikator dalam Inovasi Produk:

1. Meningkatkan kualitas komponen dan bahan
2. Mengurangi biaya komponen dan bahan
3. Meningkatkan dan menambahkan fitur baru

4. Mengembangkan produk baru dengan fungsional yang berbeda
5. Mengembangkan produk baru dengan komponen dan bahan baru

3.3.3. Variabel Inovasi Proses

Menurut Sri Lestari et al (2013) mengemukakan bahwa inovasi proses adalah bentuk inovasi yang lebih berfokus pada metode-metode baru di dalam pengoperasiannya dengan cara mengembangkan teknologi yang sudah ada maupun membuat teknologi yang baru.

Menurut Al-Sa'di et al., (2017) terdapat beberapa indikator dalam Inovasi Proses:

1. Menghilangkan kegiatan yang tidak memiliki nilai tambah dalam proses operasi
2. Mengurangi biaya pada proses operasi
3. Meningkatkan kualitas pada proses operasi
4. Menghilangkan kegiatan yang tidak memiliki nilai tambah dalam pengiriman untuk kegiatan operasional
5. Mengurangi biaya pengiriman untuk kegiatan operasional

3.3.4. Variabel Implementasi Inovasi

Implementasi inovasi dalam penelitian ini menggunakan dukungan dari organisasi dan kreativitas karyawan dalam mengimplementasikan teknologi atau metode yang baru. Implementasi inovasi dapat menunjukkan bahwa adanya kemampuan karyawan terhadap penggunaan inovasi dan diharapkan dapat didukung dalam suatu organisasi. (Sri Lestari et al., 2013).

Adapun indikator yang terdapat dalam Implementasi Inovasi yaitu :

1. Karyawan lebih terampil
2. Karyawan lebih bertanggung jawab
3. Meningkatkan kinerja organisasi

3.3.5. Variabel Kinerja Operasional

Leong et.al. (1990) mengemukakan dimensi pengukuran terhadap kinerja operasional, yaitu kualitas produk, kualitas proses, biaya produk perunit, pengiriman tepat waktu, kemampuan memenuhi perubahan selera pelanggan, kemampuan menangani perubahan jumlah permintaan, dan kemampuan kecepatan pengiriman sebelum waktu yang telah ditetapkan.

Adapun indikator yang terdapat dalam kinerja operasional yaitu :

1. Biaya kualitas
2. Biaya jaminan atau garansi
3. Tingkat produktivitas
4. Tingkat kesalahan operasi
5. Produk sampai ke konsumen tepat waktu

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data di lapangan. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Ada dua macam teknik pengumpulan data yang diperoleh dalam metode penelitian ini yaitu kuesioner dan wawancara.

3.4.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama misalnya dari responden melalui daftar pertanyaan yang ada di dalam kuesioner dan wawancara untuk menjawab masalah penelitiannya. Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan langsung pada objek sasaran dengan menggunakan metode sebagai berikut :

a. Metode Angket (kuesioner)

Bentuk pengumpulan data menggunakan kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa daftar pertanyaan tertulis berupa formulir isian kepada responden untuk memperoleh suatu informasi dari manajer dan konsumen, pertanyaan mengenai tentang inovasi produk, inovasi proses, implementasi produk dan kinerja operasional (Sugiyono, 2004).

b. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk metode pengumpulan data, jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya yang kecil, apabila peneliti ingin menemukan permasalahan yang harus diteliti maka harus melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu (Sugiyono, 2004).

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang lebih mudah dan lebih cepat diperoleh karena data sudah diolah oleh pihak lain atau data sudah tersedia pada perusahaan. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas harus menggunakan alat yang valid dalam teknik mengumpulkan data, sedangkan instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat mengukur apa yang seharusnya diukur, diharapkan riset penelitian akan valid setelah diukur dengan yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016). Saleh dan Purnomo (2013) mengungkapkan bahwa, “pengukuran pada uji validitas dilakukan selama tahap operasi dan harus akurat dengan mewakili konsep yang ditentukan dalam fase konseptual. Dengan kata lain penelitian kuantitatif dapat memberikan pengertian bahwa definisi dari konsep dalam tahap konseptual dan

operasional harus konsisten satu sama lain”. Menurut Saleh dan Purnomo (2013) mengemukakan validitas sebagai nilai korelasi variabel antara pengukuran dengan nilai yang sebenarnya. Yamin & Kurniawan (2009) juga berpendapat bahwa adanya suatu indikator yang bisa dikatakan valid jika indikator tersebut dapat memenuhi tujuan pengukuran dari konstruk laten dengan waktu yang telah ditentukan.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat diukur menggunakan Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha. Composite Reliability yaitu nilai sesungguhnya yang diukur dengan menggunakan reliabilitas konstruk, sedangkan “Cronbach’s Alpha adalah keandalan koefisien yang akan menunjukkan secara positif seberapa baik item dalam suatu kumpulan berkorelasi satu sama lain”, menurut (Hair et al. 1998). Nilai dari output Composite Reliability maupun Cronbach’s Alpha untuk semua konstruk, yaitu $CR \geq 0,7$ (Yamin et.al, 2011).

Pengukuran objek yang sama menggunakan alat yang reliabel dalam beberapa kali dengan waktu yang berlainan akan menghasilkan olah data yang sama. Hasil dari penelitian ini akan menjadi reliabel dengan menggunakan alat yang reliabel dalam teknik mengumpulkan data (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrumen menggunakan rumus cronbach’s alpha.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik Analisis Regresi

Ada beberapa asumsi yang perlu dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi berganda, salah satunya yaitu asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ghazali (2016) menyatakan bahwa, uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi dari kedua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila variabel tersebut tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov - Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan di bawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ghazali (2016) menyimpulkan bahwa, “pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel independent atau variabel bebas didalam model regresi. Efek dari pengujian dari multikolinearitas yaitu tingginya variabel pada sampel, maka dapat terjadi standar error besar ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai Tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/\text{tolerance}$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF di atas angka 10.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ghazali (2016), uji ini dilakukan untuk melihat ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya, disebut heteroskedastisitas jika varian berbeda. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas salah satu caranya yaitu pada suatu model regresi linier berganda, dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Statistik

3.5.4.1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi

nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi linier berganda adalah suatu korelasi yang bermaksud untuk melihat hubungan antara 3 atau lebih variabel (dua atau lebih variabel dependent dan satu variabel independent), dimana analisisnya terdiri dari variabel bebas X (independent variabel) sering disebut variabel X atau prediktor dan variabel tak bebas Y (dependet variabel) sering disebut variabel Y atau variabel penjelasan. Analisis regresi linier berganda didefinisikan adalah analisis regresi yang variabel tak bebas Y ditentukan oleh sekurang-kurangnya dua variabel bebas X dan setiap variable X maupun Y hanya berpangku pada satu linier. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Kinerja Operasional

X_1 = Inovasi Proses

X_2 = Inovasi Produk

X_3 = Implementasi Inovasi

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

3.5.4.2. Hasil Koefisien Determinasi (R_2)

Analisis determinasi R_2 menggunakan variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien dari masing masing variabel akan menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model ini untuk menjelaskan variasi variabel dependen. $R_2 = 0$ maka tidak ada sedikitpun persentase yang berpengaruh dan akan diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika $R_2 = 1$, maka pengaruh persentase yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen sempurna.

3.5.4.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian dari statistik inferensi. Tujuan pengujian hipotesis adalah pengujian untuk memutuskan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak, karena hipotesis merupakan pernyataan yang kebenarannya masih lemah, supaya pernyataannya hipotesis tersebut tidak lemah dan tidak dapat diragukan maka secara statistik kita bisa melakukan pengumpulan data dan melakukan pengujian data. Dengan melakukan pengumpulan dan pengujian data terhadap hipotesis maka bisa diputuskan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau tidak diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, inovasi proses dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional pada perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta. Penjelasan ini menjabarkan mengenai pengujian validitas dan reliabilitas maupun karakteristik responden terhadap daftar kuesioner variabel penelitian agar dapat memperoleh kevalidan data untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan dapat digeneralisasikan, deskripsi variabel penelitian dan pengujian hipotesis penelitian. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner yang berjumlah 50 orang responden.

4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden yang akan diteliti, dengan karakteristik responden yang beragam diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai

kondisi dari responden apakah dengan keragaman tersebut memiliki hasil yang sama atau tidak. Pada penelitian ini yang dijadikan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lama bekerja.

Table 4.1 Karakteristik Reponden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	92,0%
	Perempuan	4	8,0%
	Total	50	100,0%
Usia	Kurang dari 30 tahun	3	6,0%
	30-40 tahun	11	22,0%
	40-50 tahun	20	40,0%
	Di atas 50 tahun	16	32,0%
	Total	50	100,0%
Pendidikan	SMP	1	2,0%

	SMU	29	58,0%
	Sarjana	20	40,0%
	Total	50	100,0
Lama bekerja	≤ 5 tahun	1	2,0%
	6 – 10 tahun	29	58,0%
	> 10 tahun	20	40,0%
	Total	50	100,0

Sumber :Lampiran hasil olah data, 2020.

Tabel di atas menjelaskan tentang mayoritas responden penelitian yaitu laki-laki yaitu sebanyak 46 orang (92,0%) dan sebagian besar sudah berusia antara 40-50 tahun yaitu sebanyak 20 orang (40,0%). Dengan usia tersebut menunjukkan sebagian besar para pelaku usaha UMKM masih berusia produktif dalam menjalankan usahanya, ini dapat berdampak pada kinerja operasional yang berjalan dengan baik. Selanjutnya tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para pemilik usaha sebagian besar adalah SMU yaitu sebanyak 29 orang (58,0%). Ini menggambarkan bahwa para pelaku usaha tersebut memiliki pendidikan formal yang cukup baik guna menunjang usaha yang dimilikinya. Diharapkan dengan pendidikan yang baik akan membantu pemilik usaha dalam meningkatkan kinerja operasionalnya. Selanjutnya berdasarkan lama bekerja menunjukkan sebagian besar responden dalam menjalankan usahanya sudah berjalan antara 6-10 tahun yaitu sebanyak 29 orang atau sebesar 58,0% dan kemudian yang sudah berjalan

di atas 10 tahun juga cukup banyak yaitu ada 20 responden atau sebesar 40,0%. Ini menunjukkan bahwa responden sudah mempunyai pengalaman yang cukup lama dalam menjalankan usahanya sehingga berdampak pada baiknya pengelolaan usaha dan kinerja operasionalnya pun juga makin baik.

4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

4.2.1. Hasil Uji Validitas

Pengujian dilakukan dengan metode Pearson Correlation dengan menggunakan komputer seri program SPSS. Rangkuman hasil pengujian kevalidan ini dapat ditunjukkan dalam tabel berikut.

Table 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X1)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,818	0,2787	Valid
X1.2	0,842	0,2787	Valid
X1.3	0,853	0,2787	Valid
X1.4	0,936	0,2787	Valid
X1.5	0,871	0,2787	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel inovasi produk adalah valid dikarenakan besarnya nilai r statistik > r tabel (0,2787).

Table 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Proses (X2)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,661	0,2787	Valid
X2.2	0,818	0,2787	Valid
X2.3	0,694	0,2787	Valid
X2.4	0,789	0,2787	Valid
X2.5	0,779	0,2787	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel inovasi proses adalah valid dikarenakan besarnya nilai r statistik $>$ r tabel (0,2787).

Table 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Implementasi Inovasi (X3)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,828	0,2787	Valid
X3.2	0,807	0,2787	Valid
X3.3	0,876	0,2787	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel implementasi inovasi adalah valid dikarenakan besarnya nilai r statistik $>$ r tabel (0,2787).

Table 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Operasional (Y)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0,711	0,2787	Valid
Y1.2	0,668	0,2787	Valid
Y1.3	0,664	0,2787	Valid
Y1.4	0,608	0,2787	Valid
Y1.5	0,696	0,2787	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kinerja operasional adalah valid dikarenakan besarnya nilai r statistik > r tabel (0,2787).

4.2.2. Uji Reliabilitas

Berikut adalah pengujian kesahihan item-item kuesioner penelitian atau disebut dengan pengujian reliabilitas, pengujian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Kriterianya adalah, jika memiliki nilai Cronbach's Coefficient Alpha di atas 0,6 maka dinyatakan reliable dan sebaliknya dikatakan tidak reliable jika memiliki nilai Cronbach's Coefficient Alpha di bawah 0,6. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut.

Table 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	AlphaCronbach	Keterangan
----------	---------------	------------

Inovasi produk (X1)	0,911	Reliabel
Inovasi proses (X2)	0,805	Reliabel
Implementasi inovasi (X3)	0,778	Reliabel
Kinerja operasional (Y)	0,687	Reliabel

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2020.

Hasil analisis diperoleh di atas nilai koefisien pada table cronbach"s alpha lebih besar dari 0,60; maka kesimpulannya bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data sesungguhnya.

4.3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan pada penelitian ini, jawaban dari 50 responden telah direkapitulasi kemudian di analisis untuk mengetahui inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi, dan kinerja operasional. Analisis yang dilakukan ini untuk melihat bayangan hasil penelitian menggunakan rumus interval sebagai berikut.

Dibawah ini adalah urutan dari masing-masing interval, yaitu:

Table 4.7 Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi

3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

4.3.1. Inovasi produk

Berikut akan ditunjukkan penilaian pemilik usaha pada inovasi produk dalam menjalankan usaha.

Table 4.8 Distribusi Jawaban Responden Tentang Inovasi Produk

No	Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Rata-rata
----	----------	----------	-----------	------------	-----------

1	1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0,0	3,99
2	1,80 s/d 2,59	Rendah	2	4.0	
3	2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi	4	8.0	
4	3,40 s/d 4,19	Tinggi	26	52.0	
5	4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	18	36.0	
Total			50	100,0	

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Penilaian indikator pada variabel inovasi produk diperoleh skor rata-rata sebesar 3,99 yang masuk dalam kriteria tinggi. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa persepsi pada inovasi produk dengan kriteria tinggi sejumlah 26 responden, 18 responden dalam kriteria sangat tinggi, 4 responden mempersepsikan cukup tinggi, 2 responden mempersepsikan rendah dan selebihnya tidak ada responden yang mempersepsikan sangat rendah. Hal ini menunjukkan sebagian besar manajemen dari perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta sudah melakukan inovasi produk dengan baik, dalam hal ini antara lain ditunjukkan dengan perusahaan selalu melakukan peningkatan dalam hal kualitas pelayanan kepada konsumennya, melakukan penambahan fasilitas-fasilitas pelayanan baru guna memberikan pelayanan lebih kepada konsumen dan meningkatkan kepuasan

konsumen, menciptakan pelayanan baru dengan cara menambah rute atau jalur angkutan yang lebih luas, dan perusahaan meningkatkan pelayanan baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada saat ini.

4.3.2. Inovasi proses

Berikut akan ditunjukkan penilaian pemilik usaha pada inovasi proses dalam menjalankan usaha dapat dilihat dalam tabel berikut.

Table 4.9 Distribusi Jawaban Responden Tentang Inovasi Proses

No	Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Rata-rata
1	1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0,0	4,35
2	1,80 s/d 2,59	Rendah	0	0,0	
3	2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi	0	0,0	
4	3,40 s/d 4,19	Tinggi	15	30,0	
5	4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	35	70,0	
Total			50	100,0	

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Penilaian indikator pada variabel inovasi proses diperoleh skor rata-rata sebesar 4,35 yang masuk dalam kriteria sangat tinggi. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa persepsi pada inovasi proses dengan kriteria sangat tinggi sejumlah

35 responden, 15 responden dalam kriteria tinggi, dan tidak ada responden yang mempersepsikan cukup tinggi, rendah dan sangat rendah. Hal ini menunjukkan sebagian besar manajemen dari perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta sudah melakukan inovasi proses, ini antara lain ditunjukkan dengan perusahaan menghilangkan aktivitas usaha yang dirasakan tidak perlu dengan tidak mengurangi tingkat pelayanan kepada konsumen, memperbaiki setiap bagian yang menjadi tahap dalam proses pelayanan kepada konsumen, dan menekan biaya-biaya dalam aktivitas operasional bus ketika beroperasi namun tetap tidak mengganggu kelancaran bus dalam rangka memberikan pelayanan kepada penumpang.

4.3.3. Implementasi inovasi

Berikut akan diperlihatkan penilaian dari responden tentang implementasi inovasi dalam menjalankan usaha.

Table 4.10 Distribusi Jawaban Responden Tentang Implementasi Inovasi

No	Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Rata-rata
1	1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0,0	4,20
2	1,80 s/d 2,59	Rendah	2	4.0	
3	2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi	2	4.0	
4	3,40 s/d 4,19	Tinggi	18	36.0	
5	4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	28	56.0	
Total			50	100	

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Penilaian indikator pada variabel implementasi inovasi diperoleh skor rata-rata sebesar 4,20 yang masuk dalam kriteria sangat tinggi. Berdasarkan tabel

4.1 terlihat bahwa persepsi pada implementasi inovasi dengan kriteria sangat tinggi sejumlah 28 responden, 8 responden dalam kriteria tinggi, responden yang mempersepsikan cukup tinggi dan rendah masing-masing sebanyak 2 orang dan tidak ada responden yang mempersepsikan cukup tinggi, rendah dan sangat rendah. Hal ini menunjukkan sebagian besar manajemen dari perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta sudah melakukan implementasi inovasi, ini antara lain ditunjukkan dengan perusahaan memberikan pelatihan/training kerja kepada karyawan agar menjadi terampil dalam bekerja, memberikan manajemen training bagi karyawan agar memiliki tanggungjawab besar diluar pekerjaan yang mereka lakukan, dan melibatkan seluruh karyawan dalam rangkan pengambilan keputusan perusahaan karena menyangkut kemajuan bagi karyawan maupun organisasi perusahaan.

4.3.4. Variabel Kinerja operasional

Berikut akan diperlihatkan hasil dari penilaian responden mengenai kinerja operasional dari usaha yang mereka jalankan.

Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Tentang Kinerja Operasional

No	Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Rata-rata
1	1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah	0	0,0	4,15
2	1,80 s/d 2,59	Rendah	0	0,0	
3	2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi	0	0,0	
4	3,40 s/d 4,19	Tinggi	26	52,0	
5	4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi	24	48,0	
Total			50	100,0	

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Penilaian indikator pada variabel kinerja operasional diperoleh skor rata-rata sebesar 4,15 yang masuk dalam kriteria tinggi. Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa persepsi pada kinerja operasional dengan kriteria tinggi sejumlah 26 responden, 24 responden dalam kriteria sangat tinggi, dan tidak ada responden yang mempersepsikan cukup tinggi, rendah dan sangat rendah. Hal ini menunjukkan sebagian besar manajemen dari perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta menyatakan sudah memiliki kinerja operasional yang baik, hal ini ditandai antara lain dengan perusahaan memiliki produktifitas yang baik dalam menjalankan usahanya, mampu mengurangi beberapa hal yang sekiranya mengganggu kegiatan operasional bus dalam perjalanan, efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan tidak mengurangi kualitas pelayanan pada penumpang, dan perusahaan dapat mengantarkan penumpang sampai tujuan tepat pada waktunya.

4.4. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji atau menilai suatu model regresi agar dapat diperoleh model regresi dari metode kuadrat terkecil sehingga dapat menghasilkan estimator linier tidak bias. Pengujian ini yaitu :

4.4.1. Uji Normalitas

Bertujuan mengetahui distribusi data penelitian apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian dilakukan dengan metode Kolmogorov - Smirnov Test. Kriterianya adalah jika nilai probabilitas pengujian lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai probabilitas pengujian lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23403951
	Absolute	.072
Most Extreme Differences	Positive	.072
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.508
Asymp. Sig. (2-tailed)		.959

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Berdasar pengujian di atas diperoleh nilai probabilitas = 0,959 yang > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan data berdistribusi normal.

4.4.2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini menguji hubungan antar variabel bebas, diharapkan antar variabel bebas memiliki korelasi rendah atau tidak saling berhubungan. Kriterianya adalah jika memiliki nilai VIF di bawah 10 maka dinyatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas dan sebaliknya jika memiliki nilai VIF di atas 10 maka dinyatakan terjadi masalah multikolinieritas.

Table 4.13 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
InovasiProdukX1	.958	1.043
1 InovasiProsesX2	.961	1.041
ImplementasiInovasiX3	.997	1.003

a. Dependent Variabel: Kinerja Operasional Y

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Hasil pengujian di atas diperoleh nilai VIF dari masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 yang artinya dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinieritas.

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas mempunyai definisi untuk menilai apakah ada ketidaksamaan variasi residual untuk semua pengamatan. Dengan uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui adanya terjadi suatu penyimpangan model atau tidak, karena ada varian dari gangguan yang berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada model regresi linear berganda, dengan menggunakan metode uji Glejser. Bila nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil perhitungan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig	Kesimpulan
Inovasi produk (X1)	0,581	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Inovasi proses (X2)	0,121	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Implementasi inovasi (X3)	0,104	Tidak Terjadi heterokedastisitas

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2020.

Dari tabel di atas maka diperoleh seluruh variabel bebas yang mempunyai nilai probabilitas yang lebih besar dari taraf signifikan 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5. Pengujian Statistik

4.5.1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu variabel inovasi produk, inovasi proses dan implementasi inovasi terhadap variabel dependen dalam hal ini adalah kinerja operasional.

Table 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Sign. t	Keterangan
Konstanta	1,307			
Inovasi produk (X1)	0,206	3,482	0,001	Signifikan
Inovasi proses (X2)	0,234	2,933	0,005	Signifikan
Implementasi inovasi (X3)	0,239	4,109	0,000	Signifikan
Adjuste R Square = 0,455				
F hitung = 14,630				
Signifikan F = 0,000				

Variabel Terikat: Kinerja operasional (Y)

Sumber : Data Primer Diolah, 2020.

Pada Tabel 4.15 di atas, hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,307 + 0,206X_1 + 0,234X_2 + 0,239X_3$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa :

Persamaan di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 1,307 artinya jika variabel inovasi produk, inovasi proses dan implementasi inovasi sama dengan nol atau tidak ada maka besarnya kinerja operasional adalah sebesar 1,307.

Nilai koefisien inovasi produk yaitu sebesar 0,206 yang artinya setiap perubahan kenaikan inovasi produk akan menyebabkan kinerja operasional (Y) akan naik sebesar 0,206 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tidak ada atau sama dengan nol. Nilai koefisien inovasi proses sebesar 0,234 yang artinya setiap perubahan kenaikan inovasi proses akan menyebabkan kinerja operasional (Y) akan naik sebesar 0,234 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tidak ada atau sama dengan nol. Nilai koefisien implementasi inovasi sebesar 0,239 yang artinya setiap perubahan kenaikan implementasi inovasi akan menyebabkan kinerja operasional (Y) akan naik sebesar 0,239 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tidak ada atau sama dengan nol.

4.5.2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan besarnya nilai Adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0,455. Hal ini berarti variasi perubahan kinerja operasional pada perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta dipengaruhi oleh variasi dari inovasi produk, inovasi proses dan implementasi inovasi sebesar 45,5%, selebihnya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.5.3. Pengujian Hipotesis

Kriteria pengujian hipotesis dengan cara membandingkan nilai signifikan t hasil pengujian dengan signifikan 0,05.

a. Pengujian hipotesis pertama

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel inovasi produk memiliki nilai signifikan hitung sebesar 0,001. Dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05 maka dapat dikatakan ada pengaruh signifikan dari variabel inovasi produk terhadap kinerja operasional. Dengan demikian, hipotesis pertama yang berbunyi adanya pengaruh positif signifikan inovasi produk terhadap kinerja operasional diterima.

b. Pengujian hipotesis kedua

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel inovasi proses memiliki nilai signifikan hitung sebesar 0,005. Dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05 maka dapat dikatakan ada pengaruh signifikan dari variabel inovasi proses terhadap kinerja operasional. Dengan demikian, hipotesis kedua yang berbunyi adanya pengaruh positif signifikan inovasi proses terhadap kinerja operasional diterima.

c. Pengujian hipotesis ketiga

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variabel implementasi inovasi memiliki nilai signifikan hitung sebesar 0,001. Dikarenakan nilai tersebut berada di bawah 0,05 maka dapat dikatakan ada pengaruh signifikan dari variabel implementasi inovasi terhadap kinerja operasional. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang berbunyi adanya pengaruh positif signifikan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional diterima.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional

Sejalan dengan analisis hasil penelitian, maka dapat dinyatakan inovasi produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, yang artinya makin baiknya inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan bus pariwisata akan menyebabkan makin tingginya kinerja operasional dari perusahaan. Dalam inovasi produk ini, hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya antara lain dapat dilakukan dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumennya, menambahkan beberapa fasilitas-fasilitas pelayanan baru yang selama ini belum diterima oleh pelanggan, dan perusahaan melakukan pembukaan rute-rute baru perjalanan yang lebih luas lagi guna menjangkau seluruh tujuan dari penumpang, dan tak kalah pentingnya adalah perusahaan memanfaatkan perkembangan teknologi guna memudahkan pelayanannya bagi konsumen.

Inovasi produk selalu menciptakan berbagai gambaran produk yang baru sehingga lebih meningkatkan alternatif beberapa pilihan, juga meningkatkan manfaat dan nilai yang akan diterima oleh konsumen, sehingga bisa meningkatkan kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun cara-cara untuk bisa mendapatkan keunggulan dalam bersaing yaitu menawarkan harga yang minimum pada suatu produk atau jasa, dan menawarkan keunikan pada produk atau jasa yang dimiliki dibanding pesaing, atau lebih memfokuskan diri pada segmen tertentu karena keunggulan bersaing menjadi kunci utama untuk dapat bertahan dalam era modern saat ini. Peranan bus saat

ini menjadi sangat penting bagi daerah atau provinsi yang ada di Indonesia. Jasa transportasi bus merupakan bentuk pelayanan jasa memenuhi kebutuhan konsumen untuk mengantarkan konsumen dari satu tempat ke tempat lain dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen selama perjalanan berlangsung. Hasil pengujian ini sejalan dengan penelitian Jing Guo et al (2015) yang menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Arifin Mukti, Sri Lestari dan Devani Laksmi Indyastuti (2013) menyimpulkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional.

4.6.2. Pengaruh Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

Pengujian yang kedua memperlihatkan bahwa variabel inovasi proses memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, yang artinya makin baiknya inovasi proses yang dijalankan oleh perusahaan bus pariwisata akan meningkatnya kinerja operasional perusahaan. Pada inovasi ini hal yang dapat dilakukan antara lain adalah perusahaan melakukan efisiensi dalam berbagai lini yang menyebabkan biaya operasional perusahaan menurun. Aktivitas ini antara lain dengan cara menghilangkan kegiatan yang dirasakan tidak perlu, memperbaiki setiap bagian yang menjadi tahap dalam proses pelayanan kepada konsumen, dan menekan biaya-biaya dalam aktivitas operasional bus ketika beroperasi tetapi tidak mengganggu kelancaran bus dalam rangka memberikan pelayanan kepada penumpangnya. Hasil penelitian ini sependapat dengan Brah dan Liem (2006) menyatakan kinerja operasional sebagai kecocokan proses dan penilaian kinerja dalam perusahaan guna

memenuhi persyaratan biaya, pelayanan pelanggan, pengiriman barang, kualitas, fleksibilitas dan kualitas proses pada produk maupun jasa. Maka terjadilah proses inovasi bertujuan untuk menekan biaya di dalam proses tersebut. Dan didukung hasil penelitian Al-Sa'di et.al, (2017) yang menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Arifin Mukti, Sri Lestari dan Devani Laksmi Indyastuti (2013) menyimpulkan bahwa inovasi proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional. Ahmad Fathi Al-Sa'di, Ayman Bahjat Abdallah dan Samer Eid Dahiyat (2017) yang menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

4.6.3. Pengaruh Implementasi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional

Selanjutnya variabel implementasi inovasi juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, hal ini menunjukkan bahwa makin tingginya tingkat implementasi yang dilakukan oleh bus pariwisata maka dapat menjadikan kinerjanya semakin meningkat karena adanya inovasi-inovasi nyata yang dilakukan berdampak pada para pelanggan. Dalam mendukung implementasi ini, perusahaan dapat memberikan pelatihan/training kerja kepada karyawan agar menjadi terampil dalam bekerja, memberikan manajemen training bagi karyawan agar memiliki tanggung jawab besar di luar pekerjaan yang mereka lakukan, dan melibatkan seluruh karyawan dalam rangkaian pengambilan keputusan perusahaan karena menyangkut kemajuan bagi karyawan maupun organisasi perusahaan. Pada hasil pengujian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Read (2000), menyatakan bahwa

“implementasi inovasi sebagai suatu proses manajemen yang berusaha menuju perubahan budaya yang harus berasal dari puncak organisasi, di mana skenario ideal untuk keberhasilan implementasi inovasi adalah karyawan menjadi terampil, konsisten dan bertanggung jawab dalam penggunaan inovasi”. Keberhasilan suatu inovasi tidak hanya tergantung individu saja melainkan juga pada seluruh anggota organisasi (Fleischer dan Tornatsky, 1990). Klein et.al, (1996) memaparkan bahwa implementasi inovasi jika efektif dapat meningkatkan kinerja pada organisasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan aktivitas inovasinya, suatu organisasi atau perusahaan sebaiknya didukung dengan inovasi proses dalam proses produksinya dan bagaimana karyawan mampu mengimplementasikan inovasi tersebut dalam meningkatkan kinerja organisasi. Dan sejalan dengan hasil penelitian Rita (2010) yang menunjukkan bahwa inovasi proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pada era modern saat ini secara tidak langsung membuat persaingan semakin ketat, sehingga antar pelaku usaha diharuskan untuk selalu melakukan inovasi dalam dunia bisnis di era modern ini. Berdasarkan dari hasil penelitian seperti yang telah dijelaskan oleh peneliti pada bab sebelumnya maka ada terdapat kesimpulan yang dapat ditarik yaitu :

1. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pemilik usaha pada perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta.
2. Inovasi proses sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pemilik usaha pada perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta.
3. Implementasi inovasi sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada perusahaan bus pariwisata yang beroperasi di Yogyakarta.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka hasil pada pembahasan dan kesimpulan yang ada di atas dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pentingnya sebuah perusahaan melakukan inovasi baik itu inovasi produk maupun inovasi proses guna meningkatkan pelayanan kepada konsumennya,

dengan pelayanan yang baik akan menjadi konsumen puas dan jangka panjangnya mereka loyal pada perusahaan, sehingga dampaknya kinerja perusahaan juga makin baik.

2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan variabel lain yang diperkirakan turut memberikan kontribusi signifikan dalam memengaruhi kinerja operasional perusahaan, misalkan kualitas pelayanan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhewanto, Wawan., Indradewa Rhian., Ulfah, Wardah Naili., dkk. (2015).
Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil Dan Mikro. Bandung Alfabeta.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*.
- Fontana, Avanti. (2011). *Innovate We Can! How to Create Value through Innovation in Your Organization and Society : Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat, Edisi Revisi*, Cipta Inovasi Sejahtera, Jakarta.
- Frambach, R.T., and Schillewaert, N. (2002). Organizational innovation adoption: A multilevel determinants and opportunities for future research.
- Cooper, Donald R.C., William E. (1998). "Metode Penelitian Bisnis". Erlangga, Jakarta.
- Cottam, A.J. Ensor, and C. Band. (2001). Study of Strategic Commitment to Innovation. *European journal of innovation management*.
- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan. *Business Process Management Journal*, 23(2), 349-376.
- Avionitis, G.J dan N.Tzokas. (1994). Assessing the Innovativeness of Organizations and its antecedents: Project Innovative.

- Bustamante, Perez. (1999). Knowledge Management in Agile Innovation Organization. *Journal of Knowledge Management*, 3.1: 6-17.
- Muhammad Arifin Mukti, Sri Lestari dan Devani Laksmi Indyastuti (2013). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Industri Knalpot Di Kabupaten Purbalingga.
- Huang, J., Boh, W. F dan Goh, K.H. (2011). 'From a social influence perspective: the impact of social media on movie sales'. *Pacific Asia Conference on Information systems (PACIS)*, Brisbane, Australia, Queensland University of Technology, pp. 1–10.
- Johne, A. (1999). Successful market innovation. *Europe Journal of Innovation Management*.
- Read, A. (2000). Determinant of successful organizational innovation: A review of current research.
- Rita (2010). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur. *innovation strategy, operational performance, manufacturing*.
- Utterback, J.M. (1994). *Mastering the dynamics of innovation : How companies can seize opportunities in the faced of technological change* Boston.
- Xiaojun Pan, Shoude Li (2016). Dynamic optimal control of process–product innovation with learning by doing. *European Journal of Operational Research* 248 (2016) 136–145.

- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Anggraeni, N. D. (2015) PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE
AND EARNING POWER TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi
Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2009-2013), Skripsi, Bandung : Universitas Pasundan.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. (2011). Generasi Baru Mengolah Data
Penelitian Dengan Partial Least Square Path Modelling (Aplikasi dengan
Software XLSTAT, SmartPLS, Dan Visual PLS). Jakarta: Salemba Infotek.
- Hair, J. F., Jr., R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black (1998).
Multivariate Data Analysis with Readings, 5th Edition. Englewood Cliffs,
NJ: Prentice Hall.
- Yusof, Y., Roddin, R., & Awang, H. (2015). What Students Need, and What
Teacher Did: the Impact of Teacher's Teaching Approaches to the
Development of Students' Generic Competences. . *Procedia - Social and
Behavioral Sciences*, 204 (2015) 36 – 44
- Yesil, S., Koska, A., & Buyukbese, T. (2013). Knowledge Sharing Process,
Innovation Capability and Innovation Performance: An Empirical Study.
Procedia - Social and Behavioral Sciences, 75, 217–225
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:
PT Alfabet

Sugiyono (2011), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:

Afabeta

Saleh, C. & Purnomo, M.R.A., 2013. Metodologi Penelitian: Sebuah Petunjuk Praktis 2nd ed.

Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., Alpkan, L., (2011), Effects of Innovation Types on firm Performance. International Journal of Production Economics 133 (2), 662676.

Chang, A., et al. (2012). Dynamic Capabilities and Innovation Performance of Publishing Firms in Digital Age. International Journal.

Polder, M., van Leeuwen, G., Mohnen, P., & Raymon, V. (2010). Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects. Accounting (Vol. 20).

Klein, Katherine, J., and Sorra, Joann Speer. 1996, The Challenge of Innovation Implementation.

Jing Guoa, Runhua Tan, Jianguang Suna, Jianliang Ren, Shengxuan Wu, Yang Qiu (2015). A needs analysis approach to product innovation driven by design. Procedia CIRP 39 (2015) 39 – 44.

Abdallah, A. dan Matsui, Y. (2009), “ Dampak dari praktik bersandar pada kustomisasi massa dan kinerja kompetitif tanaman massal menyesuaikan ”, -20 Produksi Tahunan dan Manajemen Operasi Masyarakat.

- Ortega, CH, Garrido-Vega, P. dan Machuca, AD (2012), “ Analisis interaksi fit antara manufaktur strategi dan manajemen teknologi dan dampaknya terhadap kinerja ”, *International Journal of Operations dan Manajemen Produksi*.
- Phan, A., Abdallah, AB dan Matsui, Y. (2011), “ Kualitas praktik manajemen dan kompetitif kinerja: bukti empiris dari perusahaan manufaktur Jepang ”, *International Journal of Economics Produksi*.
- OECD (2005), *Pengukuran Ilmiah dan Teknologi Aktivitas: Pedoman Mengumpulkan dan Menafsirkan data Inovasi*.
- Ketokivi, M. dan Schroeder, R. (2003), “ praktek manufaktur, fit strategis dan kinerja pandangan berbasis rutin ”, *International Journal of Operations dan Manajemen Produksi*.
- Flynn, B., Huo, B. dan Zhao, X. (2010), “ Dampak dari integrasi rantai pasokan pada kinerja: kontingensi dan konfigurasi pendekatan ”, *Jurnal Manajemen Operasi*.
- Tan, K., Kannan, V. dan Narasimhan, R. (2007), “ Dampak dari kemampuan operasi pada perusahaan prestasi ”, *International Journal of Research Produksi*.
- Manikas, I. dan Terry, L. (2010), “ Sebuah penilaian studi kasus kinerja operasional pusat distribusi produk segar beberapa di Inggris ”, *British Food Journal*.

- Vyas, V. (2009), Innovation and new product development by SMEs: An investigation of Scottish food and drinks Industry, Edinburgh Napier University PhD Thesis, Edinburgh.
- Hyun Joong Im, Young Joon Park, Janghoon Shon (2015), Product market competition and the value of innovation: Evidence from US patent data.
- Miles and Charles C. Snow's Raymond E. (2003) Organizational Strategy, Structure, and Process. *Academy of Management Executive*, 17 (4): 95-96.
- Therrien, P., Doloreux, D. and Chamberlin, T., (2011), Innovation novelty and (commercial) performance in the service sector: A Canadian firm-level analysis, *Technovation*, (31), pp.655-665.
- Sugiyono (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Leong, G.K., Synder, D.L., and Waed (1990). *Research in the process and content of manufacturing strategy*.
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Panigrahy et al. (2015), Product innovation is very important in the effort to maintain market share.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Husein Umar, (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Fauzi (1995). Kamus Akuntansi Praktisi. Surabaya : Indah
- John F. Nash, Martin B. Roberts (1984), Accounting Information Systems,1st Edition,New York,Macmillan Publishing Company.
- Ettlie (2003), Provision Of Operational Performance Measures.
- Brah, S. and Liem, H. (2006). The effects of technology and TQM on the performance of logistics companies, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 36 No. 3, pp. 192-209.
- Yasil, Koska, dan Buyukbese (2015). Beyond Teamwork: How the Wise Can Synchronize. Marketing Management.
- Huang Dan Yu (2011). World class manufacturing : an investigation of Hayes and Wheelwright ' s foundation. Journal of Operations Management, 17, pp.249– 269.
- Besan et al (2017:3). Effects Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study Pakistan's Manufacturing Sector. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences.
- Mady (2008). Organizational of Innovation :A Meta-Analysis of Effects Determinants and Moderators. Management Journal.
- Yamin Sofyan, Kurniawan Heri. 2009. SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan software SPSS. Jakarta: Salemba Infotek

LAMPIRAN A
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :
Bapak/Ibu
Karyawan PT. Rejeki Transport di Yogyakarta

Dengan Hormat,

Bersama ini saya :

Nama : Devi Novita Sari

No. Mhs : 16311200

Instansi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Mohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat meluangkan menjawab pertanyaan yang terlampir dengan judul penelitian “Pengaruh Aktivitas Inovasi Terhadap Kinerja Operasi Pada Bus Pariwisata PT. Rejeki Transport di Yogyakarta”. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan merupakan data yang sangat kami perlukan dalam penelitian untuk penulisan skripsi, yang merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Demikian sekiranya Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia memberikan jawaban yang sejujurnya atas pertanyaan tersebut.

Atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya



Devi Novita Sari

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki / Perempuan
3. Usia Bapak/Ibu saat ini :
 - a. ≤ 30 tahun
 - b. 31 – 40 tahun
 - c. 41 – 50 tahun
 - d. > 50 tahun
4. Pendidikan formal yang dimiliki Bapak/Ibu ?
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMU atau yang sederajat
 - d. Diploma (DIII)
 - e. Sarjana (SI)
 - f. Pascasarjana (S2)
5. Sudah berapa lama Bapak/Ibu bekerja di perusahaan?
 - a. ≤ 5 tahun
 - b. 6 – 10 tahun
 - c. > 10 tahun

B. KUESIONER PENELITIAN

Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat Anda, dengan cara memberi tanda (\surd) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

INOVASI PRODUK

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan selalu melakukan peningkatan dalam hal kualitas pelayanan kepada konsumennya					
2	Perusahaan melakukan efisiensi biaya dalam menjalankan aktivitas usahanya					
3	Perusahaan melakukan penambahan fasilitas-fasilitas pelayanan baru guna memberikan pelayanan lebih kepada konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen					
4	Perusahaan menciptakan pelayanan baru dengan cara menambah rute atau jalur angkutan yang lebih luas					

5	Perusahaan meningkatkan pelayanan baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini					
---	--	--	--	--	--	--

INOVASI PROSES

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan menghilangkan aktivitas usaha yang dirasakan tidak perlu dengan tidak mengurangi tingkat pelayanan kepada konsumen					
2	Perusahaan mengurangi kegiatan operasi usaha guna menekan biaya produksi namun tidak mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan					
3	Perusahaan memperbaiki setiap bagian yang menjadi tahap dalam proses pelayanan kepada konsumen					
4	Perusahaan menghilangkan divisi/bagian pelayanan yang dirasakan sudah tidak efektif lagi					
5	Perusahaan menekan biaya-biaya dalam aktivitas operasional bus ketika beroperasi namun tetap tidak mengganggu kelancaran bus dalam rangka memberikan pelayanan kepada penumpang					

IMPLEMENTASI INOVASI

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan memberikan pelatihan/training kerja kepada karyawan agar menjadi terampil dalam bekerja					
2	Perusahaan memberikan manajemen training bagi karyawan agar memiliki tanggungjawab besar diluar pekerjaan yang mereka lakukan					
3	Perusahaan melibatkan seluruh karyawan dalam rangkan pengambilan keputusan perusahaan karena menyangkut kemajuan bagi karyawan maupun organisasi perusahaan					

KINERJA OPERASIONAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan memiliki produktifitas yang baik dalam menjalankan usahanya					
2	Perusahaan mampu mengurangi beberapa hal yang sekiranya mengganggu kegiatan operasional bus dalam perjalanan					

3	Perusahaan menjamin garansi uang kembali atau refund sebesar 100% jika penumpang mengami kegagalan keberangkatan					
4	Efisiensi yang dilakukan telah di capai oleh perusahaan setelah menekan beberapa biaya produksi, namun tidak mengurangi kualitas pelayanan pada penumpang					
5	Perusahaan dapat mengantarkan penumpang sampai tujuan tepat pada waktunya					

LAMPIRAN B
REKAP HASIL DATA

No	Inovasi Produk (X1)							Inovasi Proses (X2)							Implementasi Inovasi (X3)					Kinerja Operasional (Y)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total	Rata 2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total	Rata 2	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata 2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total	Rata 2
1	5	4	5	5	4	23	4,60	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	12	4,00	5	4	5	4	4	22	4,40
2	5	5	4	4	4	22	4,40	4	5	4	4	5	22	4,40	5	4	4	13	4,33	4	5	5	4	4	22	4,40
3	4	4	3	3	3	17	3,40	5	4	5	4	4	22	4,40	4	5	4	13	4,33	4	4	4	5	4	21	4,20
4	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	4	5	24	4,80	5	5	5	15	5,00	5	5	5	4	5	24	4,80
5	5	4	5	4	4	22	4,40	5	5	4	5	5	24	4,80	5	5	4	14	4,67	5	4	5	4	4	22	4,40
6	4	5	4	5	4	22	4,40	4	3	4	3	4	18	3,60	5	4	5	14	4,67	5	4	4	4	5	22	4,40
7	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	3	4	3	18	3,60	5	4	4	13	4,33	5	4	3	3	5	20	4,00
8	4	3	3	3	3	16	3,20	4	3	4	3	4	18	3,60	4	4	3	11	3,67	4	4	3	3	4	18	3,60
9	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00
10	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	4	4	20	4,00
11	4	3	3	3	3	16	3,20	5	4	4	4	5	22	4,40	4	4	3	11	3,67	4	3	4	3	4	18	3,60
12	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	4	4	4	22	4,40	5	5	5	15	5,00	4	4	5	5	4	22	4,40
13	4	4	3	3	3	17	3,40	5	5	5	4	5	24	4,80	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00
14	5	5	5	4	4	23	4,60	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	4	14	4,67	4	4	5	4	4	21	4,20
15	4	3	3	3	3	16	3,20	5	4	4	4	4	21	4,20	4	5	4	13	4,33	4	4	4	4	4	20	4,00
16	4	4	4	4	4	20	4,00	4	5	4	4	4	21	4,20	5	4	5	14	4,67	5	4	4	4	5	22	4,40
17	4	3	4	3	3	17	3,40	5	5	5	4	4	23	4,60	5	5	5	15	5,00	5	4	4	4	5	22	4,40
18	4	4	4	3	3	18	3,60	5	4	5	4	4	22	4,40	4	5	4	13	4,33	4	4	5	4	4	21	4,20
19	4	4	4	4	4	20	4,00	5	4	4	4	4	21	4,20	5	5	5	15	5,00	4	4	5	4	4	21	4,20
20	5	5	5	4	4	23	4,60	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00
21	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	5	4	4	21	4,20	5	4	5	14	4,67	4	4	4	4	4	20	4,00
22	4	3	3	3	3	16	3,20	5	4	5	4	4	22	4,40	4	3	3	10	3,33	4	4	4	3	4	19	3,80
23	5	5	5	5	4	24	4,80	5	5	5	5	5	25	5,00	3	1	3	7	2,33	5	4	4	4	5	22	4,40
24	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00
25	5	5	4	4	4	22	4,40	5	4	4	4	4	21	4,20	4	4	4	12	4,00	5	5	4	4	5	23	4,60

26	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	4	5	23	4,60	4	4	4	12	4,00	4	4	5	5	4	22	4,40
27	5	5	5	5	5	25	5,00	4	5	4	5	4	22	4,40	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00
28	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	5	5	25	5,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	3	19	3,80
29	5	5	5	5	4	24	4,80	5	5	5	5	5	25	5,00	4	5	4	13	4,33	5	5	4	4	4	22	4,40
30	3	3	3	1	2	12	2,40	4	5	4	5	4	22	4,40	4	5	4	13	4,33	4	4	4	4	4	20	4,00
31	3	3	1	1	2	10	2,00	5	4	5	4	4	22	4,40	4	4	4	12	4,00	5	4	4	4	4	21	4,20
32	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	5	5	25	5,00	4	5	4	13	4,33	5	4	4	4	5	22	4,40
33	5	5	4	4	4	22	4,40	5	4	5	4	4	22	4,40	4	3	4	11	3,67	4	4	4	4	4	20	4,00
34	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	4	5	4	23	4,60	3	4	3	10	3,33	4	4	4	4	3	19	3,80
35	4	5	4	4	4	21	4,20	5	5	4	5	5	24	4,80	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00
36	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	3	3	1	7	2,33	4	4	4	4	4	20	4,00
37	5	4	5	4	4	22	4,40	5	5	4	5	5	24	4,80	4	3	4	11	3,67	4	4	4	4	4	20	4,00
38	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	3	4	4	19	3,80	4	3	4	11	3,67	4	4	3	4	3	18	3,60
39	4	3	4	3	3	17	3,40	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	15	5,00	4	4	4	4	4	20	4,00
40	4	5	4	4	4	21	4,20	4	4	4	4	4	20	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	4	4	20	4,00
41	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	5	4	4	13	4,33	4	4	4	4	4	20	4,00
42	4	4	5	3	3	19	3,80	4	5	4	5	4	22	4,40	5	5	5	15	5,00	5	4	4	4	5	22	4,40
43	5	4	4	4	4	21	4,20	5	4	5	4	4	22	4,40	4	4	3	11	3,67	4	3	4	4	4	19	3,80
44	5	4	5	4	3	21	4,20	4	3	4	3	4	18	3,60	5	4	3	12	4,00	4	4	3	3	4	18	3,60
45	4	4	4	4	4	20	4,00	5	3	3	3	3	17	3,40	5	4	5	14	4,67	4	4	4	4	4	20	4,00
46	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	5	5	25	5,00	4	4	4	12	4,00	5	4	5	4	5	23	4,60
47	4	4	3	4	4	19	3,80	5	5	5	3	3	21	4,20	4	5	4	13	4,33	4	3	4	4	4	19	3,80
48	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	3	19	3,80	5	4	4	13	4,33	4	4	5	4	4	21	4,20
49	4	4	4	4	3	19	3,80	4	4	4	4	5	21	4,20	5	4	4	13	4,33	4	4	5	4	4	21	4,20
50	4	4	5	4	3	20	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00
Total	213	205	202	191	186	997	199,40	229	218	217	210	213	1087	217,4	219	209	202	630	210	216	203	210	200	209	1038	207,6

LAMPIRAN C

REKAP HASIL UJI

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

Correlations

		InovasiProdukX1
X11	Pearson Correlation	.818
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X12	Pearson Correlation	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X13	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X14	Pearson Correlation	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X15	Pearson Correlation	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
InovasiProdukX1	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	50	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	5

Correlations

Correlations

		InovasiProsesX2
X21	Pearson Correlation	.661
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X22	Pearson Correlation	.818*
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X23	Pearson Correlation	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	50
	Pearson Correlation	.789*
X24	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
	Pearson Correlation	.779**
X25	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
	Pearson Correlation	1**
InovasiProsesX2	Sig. (2-tailed)	
	N	50

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	50	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

Correlations

Correlations

		ImplementasiInovasiX3
X31	Pearson Correlation	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X32	Pearson Correlation	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
X33	Pearson Correlation	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
ImplementasiInovasi X3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	50	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	3

Correlations

Correlations

		KinerjaOperasionalY
Y11	Pearson Correlation	.711
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y12	Pearson Correlation	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y13	Pearson Correlation	.664
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50

Y14	Pearson Correlation	.608
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
Y15	Pearson Correlation	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	50
KinerjaOperasionalY	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	50

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	50	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	5

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
InovasiProdukX1	50	2.00	5.00	3.99	.594
InovasiProsesX2	50	3.40	5.00	4.35	.440
ImplementasiInovasi X3	50	2.33	5.00	4.20	.595
KinerjaOperasionalY	50	3.60	5.00	4.15	.327
Valid N (listwise)	50				

Frequencies

Statistics

	InovasiProdu kX1	InovasiProses X2	Implementasi InovasiX3	KinerjaOpera sionalY
Valid	50	50	50	50
Missing	0	0	0	0

Frequency Table

InovasiProdukX1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,80-2,59	2	4.0	4.0	4.0

2,60-3,39	4	8.0	8.0	12.0
3,40-4,19	26	52.0	52.0	64.0
4,20-5,00	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

InovasiProsesX2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,40-4,19	15	30.0	30.0	30.0
Valid 4,20-5,00	35	70.0	70.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

ImplementasiInovasiX3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,80-2,59	2	4.0	4.0	4.0
2,60-3,39	2	4.0	4.0	8.0
Valid 3,40-4,19	18	36.0	36.0	44.0
4,20-5,00	28	56.0	56.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

KinerjaOperasionalY

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,40-4,19	26	52.0	52.0	52.0
Valid 4,20-5,00	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23403951
	Absolute	.072
Most Extreme Differences	Positive	.072
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.508
Asymp. Sig. (2-tailed)		.959

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	InovasiProdukX1	.958	1.043
	InovasiProsesX2	.961	1.041
	ImplementasiInovasi X3	.997	1.003

a. Dependent Variable: KinerjaOperasionalY

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.033	.250		.133	.895
	InovasiProdukX1	.018	.033	.079	.556	.581
	InovasiProsesX2	.070	.044	.224	1.581	.121
	ImplementasiInovasi X3	-.054	.032	-.230	-1.657	.104

a. Dependent Variable: Abs_Res

Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Implementasi InovasiX3, InovasiProses X2, InovasiProdukX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KinerjaOperasionalY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.455	.24155

a. Predictors: (Constant), ImplementasiInovasiX3, InovasiProsesX2, InovasiProdukX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.561	3	.854	14.630	.000 ^b
	Residual	2.684	46	.058		
	Total	5.245	49			

a. Dependent Variable: KinerjaOperasionalY

b. Predictors: (Constant), ImplementasiInovasiX3, InovasiProsesX2, InovasiProdukX1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.307	.450		2.904	.006
1 InovasiProdukX1	.206	.059	.375	3.482	.001
InovasiProsesX2	.234	.080	.316	2.933	.005
ImplementasiInovasiX3	.239	.058	.434	4.109	.000

a. Dependent Variable: KinerjaOperasionalY