

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif membahas mengenai karakteristik dan penilaian konsumen yang disusun dalam tabulasi data. Untuk mendukung keakuratan hasil maka perlu dilakukan interpretasi dan pendefinisian dari data – data tersebut.

4.1.1 Analisis Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	19	63.3%
Perempuan	11	36.7%
Total	30	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 63,3% responden berjenis kelamin laki - laki dan 36,7% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik atau manajer pada usaha kecil dan menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta mayoritas responden laki – laki.

b. Umur Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

Umur	Frequency	Percent
25 - 30 tahun	6	20.0%
31 - 35 tahun	3	10.0%
36 - 40 tahun	10	33.3%
> 40 tahun	11	36.7%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari data di atas menunjukkan bahwa 30 responden mayoritas berumur lebih dari 40 tahun yaitu sebesar 36,7%. Sedangkan distribusi umur yang lain yaitu umur antara 25 - 30 tahun sebesar 20%, 31 - 35 tahun sebesar 10%, dan antara 36 - 40 tahun sebesar 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden termasuk usiadewasa atau produktif.

c. Pendidikan Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pendidikan seperti ditunjukkan pada tabel berikut..

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Frequency	Percent
SMA	11	36.7%
Diploma	7	23.3%
Sarjana	12	40.0%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa jenis pendidikan responden mayoritas adalah sarjana yaitu sebesar 40%, diploma sebesar 23,3%, dan SMA sebesar 36,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

d. Umur perusahaan

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur perusahaan seperti ditunjukkan pada tabel berikut:.

Tabel 4.4
Umur perusahaan Responden

Umur perusahaan	Frequency	Percent
< 5 tahun	4	13.3%
5 - 10 tahun	2	6.7%
11 - 15 tahun	7	23.3%
16 - 20 tahun	8	26.7%
> 20 tahun	9	30.0%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa umur perusahaan mayoritas adalah lebih dari 20 tahun yaitu sebesar 30%, kurang dari 5 tahun sebesar 13,3%, antara 5 – 10 tahun sebesar 6,7%, antara 11 – 15 tahun sebesar 23,3%, dan antara 16 – 20 tahun sebesar 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan bakpia Pathok di Yogyakarta sudah lama berdiri, karena bakpia pathok merupakan makanan dan oleh – oleh khas dari Yogyakarta, sehingga banyak masyarakat yang membuka usaha ini.

e. Pangsa pasar

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pangsa pasar seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Pangsa pasar Responden

Pangsa pasar	Frequency	Percent
Lokal	18	60.0%
Nasional	7	23.3%
Internasional	5	16.7%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar mayoritas adalah lokal yaitu sebesar 60%, sedangkan pangsa pasar nasional sebanyak 23,3%, dan internasional sebesar 16,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar lokal masih sangat bagus, karena banyak wisatawan yang datang langsung ke Yogyakarta untuk membeli oleh – oleh bakpia pathok.

f. Kinerja

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan kinerja seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Kinerja Responden

Kinerja	Frequency	Percent
Meningkat	14	46.7%
Menurun	7	23.3%
Rata – rata	9	30.0%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan mayoritas adalah meningkat yaitu sebesar 46,7%, sedangkan kinerja yang menurun sebanyak 23,3%, dan rata – rata sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha kecil bakpia pathok mayoritas adalah meningkat.

g. Asset

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan asset seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Asset Responden

Asset	Frequency	Percent
< 25 juta	2	6.7%
25 - 100 juta	7	23.3%
100 - 500 juta	10	33.3%
500 - 1 M	7	23.3%
> 1M	4	13.3%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa asset perusahaan mayoritas adalah antara 100 – 500 juta yaitu sebesar 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa asset usaha kecil bakpia pathok di Yogyakarta lumayan besar.

4.2.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian

Untuk menginterpretasikan penilaian responden pada variabel penelitian dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan-batasan sebagai berikut :

Skor persepsi minimum adalah : 1

Skor persepsi maksimum adalah :5

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik

1,81 – 2,60 = Tidak Baik

2,61 – 3,40 = Cukup Baik

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

a. Variabel Inovasi pelanggan (X_1)

Inovasi pelanggan terdiri dari 3 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.8 berikut :

Tabel 4.8

Penilaian Variabel Inovasi Pelanggan

Variabel Inovasi pelanggan	Mean	Rata - rata
Inovasi yang dilakukan perusahaan mayoritas bermanfaat bagi pelanggan	4.17	Baik
Inovasi yang dilakukan perusahaan, dapat mempengaruhi perubahan dalam sikap pelanggan	4.27	Sangat Baik
Inovasi yang dilakukan perusahaan, menyebabkan pelanggan tidak berpindah merek karena biaya <i>switching</i> (perpindahan) yang besar	4.40	Sangat Baik
Rata - rata total	4.28	Sangat Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap inovasi pelanggan adalah sebesar 4,28. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item inovasi yang dilakukan perusahaan, menyebabkan pelanggan tidak berpindah merek karena biaya *switching* (perpindahan) yang besardengan rata-rata sebesar 4,40 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada inovasi yang dilakukan perusahaan mayoritas bermanfaat bagi pelanggan dengan rata – rata sebesar 4,17 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel inovasi pelanggan karena berada pada interval 4,21 – 5,00. Hal ini disebabkan karena inovasi yang dilakukan perusahaan bermanfaat, mempengaruhi sikap pelanggan, dan dan pelanggan tidak berpindah merek lain.

b. Variabel Inovasi pesaing (X₂)

Inovasi pesaing terdiri dari 2 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.9 berikut :

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Inovasi pesaing (X₂)

Variabel Inovasi pesaing	Mean	Rata – rata
Hasil inovasi perusahaan telah menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing	4.28	Sangat Baik
Hasil inovasi perusahaan berbeda dengan produk pesaing	4.17	Baik
Rata - rata total	4.22	Sangat Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap inovasi pesaing adalah sebesar 4,22. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item hasil inovasi perusahaan telah menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing dengan rata-rata sebesar 4,28 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada hasil inovasi beda dengan produk pesaing dengan rata – rata sebesar 4,17 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang sangat baik terhadap variabel inovasi pesaing karena berada pada interval 4,21 – 5,00. Hal ini disebabkan karena hasil inovasi perusahaan menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing dan produk hasil inovasi berbeda dengan pesaing.

c. Variabel Inovasi teknologi (X₃)

Inovasi teknologi terdiri dari 4 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.10 berikut :

Tabel 4.10

Penilaian Variabel Inovasi teknologi (X₃)

Variabel Inovasi teknologi	Mean	Rata - rata
Mayoritas inovasi yang dilakukan perusahaan didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda dengan teknologi sebelumnya	4.30	Sangat Baik
mayoritas inovasi melibatkan teknologi yang membuat teknologi lama tidak digunakan	4.13	Baik
mayoritas inovasi menggunakan teknologi baru yang memungkinkan peningkatan pendapatan perusahaan secara signifikan	3.93	Baik
mayoritas inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry	3.60	Baik
Rata - rata total	3.99	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap inovasi teknologi adalah sebesar 3,99. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item inovasi yang dilakukan perusahaan didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda dengan teknologi sebelumnya dengan rata-rata sebesar 4,30 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry dengan rata – rata sebesar 3,60 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel inovasi teknologi karena berada pada interval 3,41 – 4,20. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industri.

d. Variabel Kinerja keuangan perusahaan (Y)

Kinerja keuangan perusahaan terdiri dari 6 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.11 berikut :

Tabel 4.11

Penilaian Variabel Kinerja keuangan perusahaan (Y)

Variabel Kinerja keuangan perusahaan	Mean	Rata - rata
Perusahaan ini mampu memiliki Laba atas investasi (ROI) yang relatif lebih tinggi dibanding pesaing	4.27	Sangat Baik
perusahaan ini mampu menghasilkan pertumbuhan penjualan yang relatif lebih tinggi daripada pesaing	4.23	Sangat Baik
Total biaya operasional perusahaan relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing	4.57	Sangat Baik
Pangsa pasar perusahaan ini relatif lebih tumbuh daripada perusahaan pesaing	4.30	Sangat Baik

Kinerja keuangan perusahaan perusahaan relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing	4.33	Sangat Baik
Perusahaan ini mampu memiliki Laba atas aset (ROA) yang relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing	4.10	baik
Rata - rata total	4.30	Sangat Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap kinerja keuangan perusahaan adalah sebesar 4,30. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item total biaya operasional perusahaan relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing dengan rata-rata sebesar 4,57 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada perusahaan mampu memiliki Laba atas aset (ROA) yang relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing dengan rata – rata sebesar 4,10 (baik). Hal ini berarti kinerja keuangan usaha kecil industri bakpia pathuk di Yogyakarta sudah sangat baik.

4.2. Uji Instrumen Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Teknik analisis yang digunakan adalah *korelasi product moment*. Untuk mempercepat perhitungan dilakukan dengan bantuan paket program SPSS dengan taraf signifikansi 5%. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, atau r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.13. berikut ;

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	item	r hitung	r table	keterangan
Inovasi pelanggan	X1.1	0.928	0.361	Valid
	X1.2	0.948	0.361	Valid
	X1.3	0.960	0.361	Valid
Inovasi pesaing	X2.1	0.949	0.361	Valid
	X2.2	0.968	0.361	Valid
Inovasi teknologi	X3.1	0.929	0.361	Valid
	X3.2	0.818	0.361	Valid
	X3.3	0.898	0.361	Valid
	X3.4	0.789	0.361	Valid
Kinerja keuangan perusahaan	Y1	0.928	0.361	Valid
	Y2	0.948	0.361	Valid
	Y3	0.960	0.361	Valid
	Y4	0.949	0.361	Valid
	Y5	0.968	0.361	Valid
	Y6	0.929	0.361	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir untuk variabel penelitian memiliki koefisien korelasi (r hitung) $>$ r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid atau sah.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikannilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka jawaban dari para responden pada koesioner sebagai alat pengukur dinilai reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliable

(Ghozali, 2009). Hasil uji reliabilitas diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.14 berikut ini.

Tabel 4.14

Hasil pengujian reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Inovasi pelanggan	0.936	0.6	Reliabel
Inovasi pesaing	0.901	0.6	Reliabel
Inovasi teknologi	0.873	0.6	Reliabel
Kinerja keuangan	0.943	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti Tabel 4.14, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing, dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Uji hipotesis digunakan uji f, uji t, korelasi berganda, koefisien determinasi dan korelasi parsial. Dengan membandingkan antara nilai p-value (Sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05. Jika $\text{sig-t} < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

4.3.1 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Variabel *Independen* Terhadap *Dependen*

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.15

Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Regrecion Coeficient	T _{hitung}	Signifikansi	Keterangan
(Constant)	0.482	1.278	0.213	
X1	0.178	2.156	0.040	Signifikan
X2	0.376	2.571	0.016	Signifikan
X3	0.378	2.331	0.028	Signifikan
F hitung	35.901			
Sig F	0.000			

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Pada Tabel 4.15 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,482 + 0,178X_1 + 0,376X_2 + 0,378X_3$$

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta (Y) adalah sebesar 0,482. Berarti jika tidak ada variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing, dan inovasi teknologi, yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, maka kinerja keuangan perusahaan akan sebesar 0,482 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kinerja keuangan perusahaan akan rendah apabila industri kecil bakpia pathok tidak memperhatikan ketigavariabel di atas.

Variabel inovasi pelanggan (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja keuangan perusahaan dengan koefisien positif sebesar 0,178. Berarti bila inovasi pelanggan (X_1) meningkat sebesar satu

satuan maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sebesar 0,178 dengan anggapan variabel Inovasi pesaing (X_2), dan inovasi teknologi (X_3), tetap. Hal ini berarti semakin baik inovasi pelanggan maka semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Variabel Inovasi pesaing (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja keuangan perusahaan dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,376. Berarti apabila Inovasi pesaing (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sebesar 0,376 dengan anggapan variabel inovasi pelanggan (X_1), dan inovasi pesaing (X_3), tetap. Hal ini berarti semakin baik inovasi pesaing maka semakin meningkat pula kinerja keuangan perusahaan.

Variabel inovasi teknologi (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja keuangan perusahaan dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,378. Berarti apabila inovasi teknologi (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sebesar 0,378 dengan anggapan inovasi pelanggan (X_1), dan Inovasi pesaing (X_2), tetap. Hal ini berarti semakin baik inovasi teknologi maka semakin meningkat pula kinerja keuangan perusahaan.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi persamaan model regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada regresi linear berganda yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

4.3.2.1 Uji Multikolonieritas

Kriteria pengujian yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.16
Uji Multikolonieritas

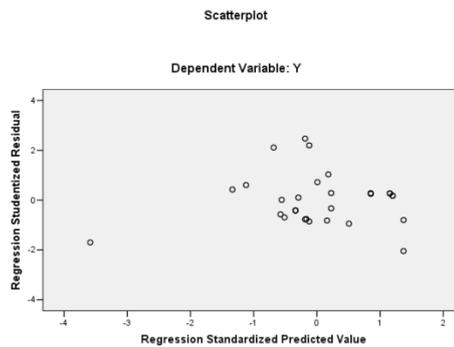
Var. Bebas	VIF	Keterangan
Inovasi pelanggan	1.739	Tidak terjadi Multikolonieritas
Inovasi pesaing	3.172	Tidak terjadi Multikolonieritas
Inovasi teknologi	3.145	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolonieritas.

4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *plot residual*. Jika ditemukan *plot residual* membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 4.1 berikut :



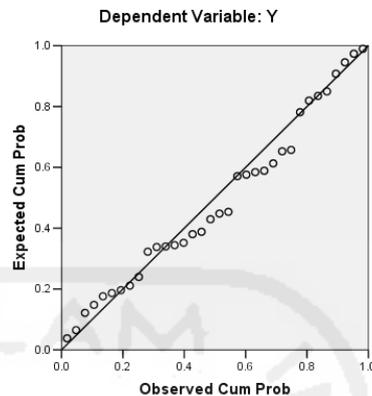
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.1 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.3.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2001). Pada penelitian ini analisis grafik digunakan sebagai analisis statistik untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak. Hasil pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada Gambar 4.2 berikut :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada persamaan regresi berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

4.3.3 Uji t (Parsial)

Uji t merupakan uji statistic yang telah dipergunakan secara luas dalam analisis regresi untuk menguji hipotesis yang koefisiennya berbeda dari nol. Dengan membandingkan antara nilai **Sigt** dengan tingkat signifikansi **5%**.

a) Pengujian secara parsial pada variabel inovasi pelanggan

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel inovasi pelanggan (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 2,156 dan probabilitas sebesar 0,040 yang berarti **0,040 < 0,05**. Nilai tersebut

dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel inovasi pelanggan secara signifikan terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis pertama terbukti.**

b) Pengujian secara parsial pada variabel Inovasi pesaing

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Inovasi pesaing (X_2) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,571 dan probabilitassebesar 0,016 yang berarti **0,016 < 0,05**. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Inovasi pesaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis kedua terbukti.**

c) Pengujian secara parsial pada variabel inovasi teknologi

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel inovasi teknologi (X_3) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,331 dan probabilitassebesar 0,028 yang berarti **0,028 < 0,05**. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa inovasi teknologi berpengaruh nyata terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis ketiga terbukti.**

4.4 Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel–variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan

menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta. Hasil uji F seperti pada tabel 4.15 diperoleh F_{hitung} sebesar 35,901 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena $SigF_{hitung}$ lebih kecil dari **0,05** maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta.

4.4.3 Analisis Determinasi Parsial

Korelasi parsial digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara satu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y), jika variabel independent (X) yang lain dianggap konstan. Sedangkan analisis koefisien determinasi parsial (r^2) menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan Bakphia Pathok di Yogyakarta. Hasil analisis korelasi parsial dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.17
Uji Determinasi Parsial

Variabel Bebas	r	r^2
Inovasi pelanggan (X1)	0.389	0.152
Inovasi pesaing (X2)	0.450	0.203
Inovasi teknologi (X3)	0.416	0.173

Sumber : Data primer diolah, 2016

- a. Besarnya pengaruh variabel inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,152. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi pelanggan sebesar 15,2%.

- b. Besarnya pengaruh variabel inovasi pesaing terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,203. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi pesaing sebesar 20,3%.
- c. Besarnya pengaruh variabel inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,173. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi teknologi sebesar 17,3%.

Dari analisis ketiga variabel tersebut di atas koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel inovasi pesaing (X_2) sebesar 0,203. Dengan demikian untuk variabel inovasi pesaing (X_2) mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

4.4. Pembahasan

4.4.1 Pengaruh inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh inovasi pelanggan terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig $0,040 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik inovasi pelanggan maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

Inovasi yang berorientasi pada pelanggan merupakan suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bertambah banyaknya

jumlah barang yang ditawarkan kepada konsumen dan ditunjang dengan arus informasi tentang produk yang mudah diperoleh, menyebabkan mereka semakin selektif dalam membeli suatu barang, baik dalam kualitas, desain corak, warna maupun harganya. Inovasi yang berorientasi pelanggan oleh para peneliti ditempatkan sebagai prioritas tertinggi dalam hal memberikan nilai-nilai superior pada pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Bigliardi (2013) temuan empiris mengkonfirmasi bahwa peningkatan tingkat inovasi dalam peningkatan kinerja keuangan. Secara khusus, mereka menggaris bawahi relevansi inovasi dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan dan dikembangkan untuk membedakan dari pesaing dalam meningkatkan kinerja keuangan, Selain itu, hasil menunjukkan bahwa di UKM tingkat teknologi yang diadopsi untuk mengembangkan inovasi tidak berdampak pada kinerja keuangan.

4.4.2. Pengaruh Inovasi pesaing terhadap Kinerja keuangan perusahaan industri kecil bakpia pathok

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh inovasi pesaing terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig $0,016 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik inovasi pesaing maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

Inovasi yang berorientasi pada pesaing merupakan proses inovasi yang memperhatikan kondisi persaingan di pasar. Inovasi ini di dasarkan pada suatu filosofi bahwa suatu penjualan tidak tergantung pada penjualan

yang agresif, tetapi lebih pada keputusan konsumen untuk membeli produk. Orientasi pemasaran lebih diarahkan untuk memahami pesaing, fokus pada konsumen, koordinasi antarfungsi dalam rangka memberikan nilai yang terbaik. Branzei dan Vertinsky (2006), Calvo (2006) serta Koellinger (2008), fokus kegiatan inovatif dan peran investasi R&D, menekankan pengaruh positif terhadap pertumbuhan secara keseluruhan, keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Baru-baru ini, Bigliardi dan Dormio (2009) mengidentifikasi inovasi sebagai pendorong utama bagi perusahaan untuk dapat tumbuh dan mempertahankan profitabilitas yang tinggi.

4.4.3. Pengaruh Inovasi teknologi terhadap Industri kecil bakpia pathok

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig $0,028 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik inovasi teknologi maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

inovasi yang berorientasi pada teknologi merupakan proses inovasi dengan memperbarui teknologi yang digunakan dalam proses produksi maupun sistem pemasarannya. Inovasi ini merupakan suatu filosofi yang berfokus pada kemampuan internal perusahaan yang melebihi dari keinginan dan kebutuhan pasar. Inovasi teknologi berorientasi pada produksi yaitu apakah produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan produk yang paling efisien serta cocok dengan kebutuhan pasar, sementara itu

konsumen menjadi target pasar yang akan lebih mudah dilayaninya dengan teknologi tersebut (Bigliardi, 2013).

Cooper dan Kleinschmidt (1991) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari inovasi yang tinggi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Demikian pula, Calantone, Vickery, dan Droge (1995) yang meneliti hubungan antara inovasi terkait tertentu dengan kinerja bisnis secara keseluruhan di industri mebel, menilai bahwa perusahaan yang sukses dalam industri cenderung fokus pada kegiatan tertentu yang memungkinkan mereka untuk mencapai hasil yang terbaik dalam batasan dari pasar mereka

