

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

(Studi Pada Coffee Shop di Yogyakarta)

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Ginji Sofan Zulfikarnaen

NIM : 17311041

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

Halaman Judul

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

(Studi Pada Coffee Shop di Yogyakarta)

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



Ditulis oleh:

Nama : Ginji Sofan Zulfikarnaen

NIM : 17311041

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

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 ditulis 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, 25 Mei 2021

Penulis,



Ginji Sofan Zulfikarnaen

Halaman Pengesahan

Halaman Pengesahan

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

(Studi Pada Coffee Shop di Yogyakarta)

SKRIPSI

Oleh:

Nama : Ginji Sofan Zulfikamaen

NIM : 17311041

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 13 Juni 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing


Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI PROSES TERHADAP KINERJA
OPERASIONAL (STUDI PADA UMKM COFFEE SHOP DI YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **GINJI SOFAN ZULFIKARNAEN**

Nomor Mahasiswa : **17311041**

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

Pada hari, tanggal: Senin, 12 Juli 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.



Penguji : Zainal Mustafa El Qadri, Dr., M.M.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional
(Studi Pada Coffee Shop di Yogyakarta)

Ginji Sofan Zulfikarnaen

17311041@students.uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia,
Yogyakarta

ABSTRAK

Inovasi berperan penting dalam mendukung Kinerja Operasional suatu bisnis. Perkembangan bisnis tumbuh sangat dinamis dan terus mengalami peningkatan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional. Analisis ini variabel independent yaitu Inovasi Produk dan Inovasi Proses. Variabel dependennya adalah Kinerja Operasional. Sampel penelitian ini adalah Coffee Shop di Yogyakarta. Sampel dilakukan dengan metode *purposivesampling*. Kerangka penelitian diuji dengan analisis regresi berganda menggunakan SPSS. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar ke 96 responden. Sebagai hasil penelitian ini menemukan bahwa Inovasi Produk dan Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Inovasi Proses; Kinerja Operasional

The Effect of Product Innovation and Process Innovation on Operational Performance
(Studies on Coffee Shop in Yogyakarta)

Ginji Sofan Zulfikarnaen

17311041@students.uii.ac.id

Management, Faculty of Business and Economics, Islamic University of Indonesia, Yogyakarta

ABSTRACT

Innovation has an important role in supporting the Operational Performance of a business. Business development is growing very dynamically and continues to increase. This study aims to test empirically the effect of Product Innovation and Process Innovation on Operational Performance. This analysis of the independent variables, namely Product Innovation and Process Innovation. The dependent variable is Operational Performance. The sample of this research is MSME Coffee Shop in Yogyakarta. Samples were conducted by purposive sampling method. The research framework was tested by multiple regression analysis using SPSS. Data collection was carried out by means of a questionnaire distributed to 96 respondents. As a result of this study it was found that Product Innovation and Process Innovation had a positive effect on the Operational Performance of MSME Coffee Shop.

Keywords: MSME; Product Innovation; Process Innovation; Operational Performance

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, atas izin Allah SWT, penulis diberi kemudahan dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional (Studi Pada Coffee Shop di Yogyakarta)”. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan do'a yang telah diberikan kepada:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan ridho-Nya, nikmat kekuatan dan kesehatan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini,
2. Kedua orang tua, kakak, dan adik,
3. Bapak Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi,
4. Inas Nafil Salsabila dan teman-teman perkuliahan yang membantu dalam situasi apapun.

Atas segala kesalahan dan kekurangan didalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 5 April 2021

Penulis,



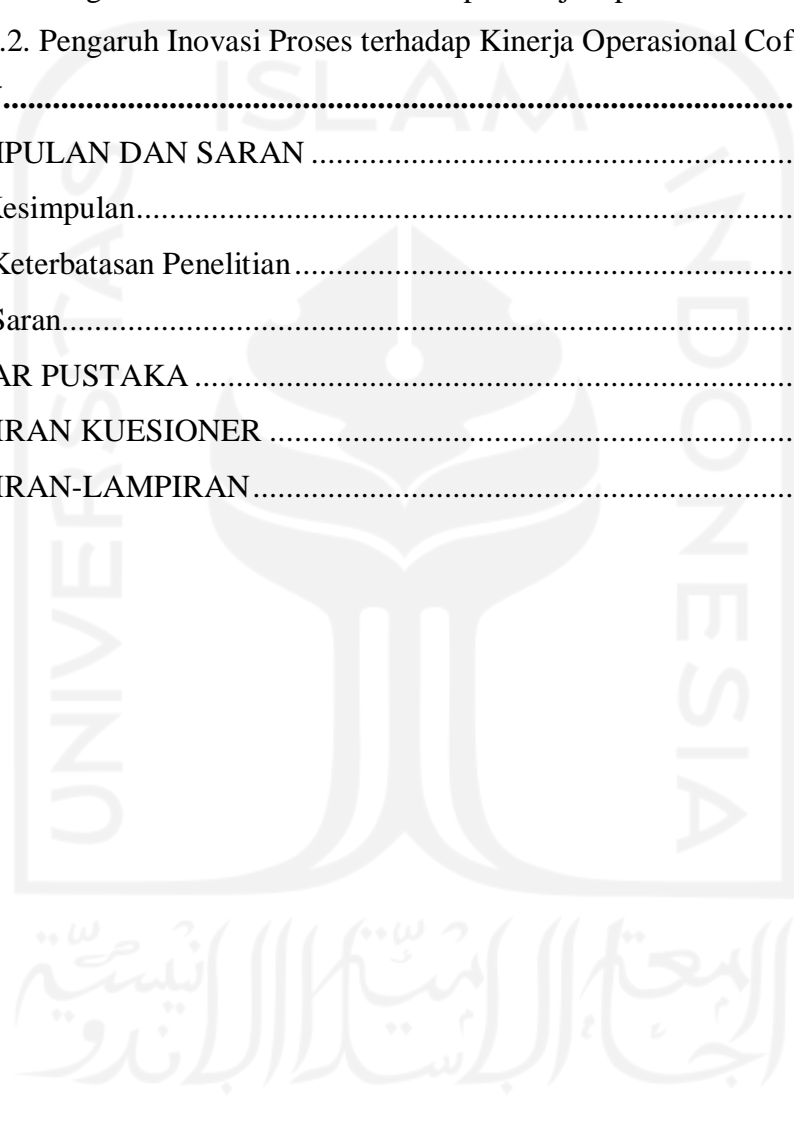
Ginji Sofan Zulfikarnaen

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Inovasi Produk	8
2.1.2. Inovasi Proses	10
2.1.3. Kinerja Operasional Perusahaan	11
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Formulasi Hipotesis	16
2.3.1. Hubungan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop	16
2.3.2. Hubungan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop	17
2.4. Kerangka Penelitian	18

BAB III	19
METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Lokasi Penelitian	19
3.2. Populasi dan Sampel	19
3.3. Definisi dan Variabel Operasional.....	20
3.3.1. Inovasi Produk (X1).....	20
3.3.2. Inovasi Proses (X2).....	20
3.3.3. Kinerja Operasional (Y).....	21
3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4.1. Jenis data	21
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5. Metode Analisis Data.....	23
3.5.1. Analisis Deskriptif	23
3.5.2. Analisis Inferensial.....	24
3.5.2.1. Uji Kualitas Instrumen	24
3.5.2.1.1. Uji Validitas.....	24
3.5.2.1.2. Uji Reliabilitas	24
3.5.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	25
3.5.2.3. Analisis Regresi Berganda	27
3.5.2.4. Uji T	27
3.5.2.5. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	28
3.5.2.6. Uji F	29
BAB IV	30
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	30
4.1. Hasil Analisis Data	34
4.1.1. Hasil Analisis Deskriptif.....	34
4.1.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Responden	30
4.1.1.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel	32
4.1.2. Hasil Analisis Inferensial	34
4.1.2.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	34
4.1.2.1.1. Hasil Uji Validitas	34
4.1.2.1.2. Hasil Uji Reliabilitas	36
4.1.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	36

4.1.2.3. Hasil Analisis Regresi Berganda	39
4.1.2.4. Hasil Uji T	40
4.1.2.5. Hasil Koefisien Determinasi Parsial (R^2)	41
4.1.2.6. Hasil Uji F	42
4.2. Pembahasan	42
4.2.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop ..	42
4.2.2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop ..	43
BAB V.....	45
KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	45
5.3. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN KUESIONER	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	300
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	31
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Pendapatan Per-tahun.....	31
Tabel 4.4. Interval Penilaian.....	32
Tabel 4.5. Penilaian Variabel Inovasi Produk.....	33
Tabel 4.6. Penilaian Variabel Inovasi Proses.....	33
Tabel 4.7. Penilaian Variabel Kinerja Operasional.....	34
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 4.9. Hasil Uji Realiabilitas.....	36
Tabel 4. 10. Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4. 11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4. 12. Hasil Regresi Linear Berganda.....	39
Tabel 4. 13. Hasil Uji T.....	40
Tabel 4. 14. Hasil Koefisien Determinasi Parsial (R^2) dan Hasil Uji F.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Penelitian..... 18

Gambar 4. 1. Hasil Uji Heterokedastisitas 38



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir, Yogyakarta semakin ramai dengan adanya Coffee Shop baru yang berdiri dan tercecer di seluruh penjuru Yogyakarta. Namun tidak seluruh Coffee Shop di Yogyakarta dikunjungi oleh penikmat kopi, hanya Coffee Shop tertentu yang ramai diburu oleh konsumen. Berbagai aspek yang mempengaruhi saat pemilihan Coffee Shop yaitu seperti merek, produk, layanan, promosi, lokasi, harga, gaya hidup, kelompok referensi, dan sebagainya.

Pergelutan yang sengit di dalam usaha Coffee Shop di Yogyakarta mewajibkan pemilik usaha untuk mengambil tindakan pengendalian di dalam usaha tersebut. Dalam industri Coffee Shop sangat diperlukan untuk mengawasi keunggulan kopi yang disajikan, untuk itu dilakukan inovasi di dalamnya guna menjaga ketahanan rasa kopi.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Republika (2016), dapat diketahui yakni kesadaran pebisnis dalam menerapkan inovasi sangat minim, kesadaran dalam menerapkan inovasi harus lebih kuat agar mampu menandingi persaingan yang semakin kuat dan semakin sengit.

Kopi telah menjadi komoditi yang sangat prospektif, sesuai hasil statistik, kopi yang telah diproduksi Indonesia menempati urutan ke-4 dunia, dan konsumsinya pada tahun 2016-2017 sebesar 4,6 juta kemasan 60 kg (BPS, 2017). Dengan keadaan tersebut, maka tidak mengherankan jika peningkatan pemakaian kopi di

Indonesia menyebabkan konsumsi kopi di Indonesia dapat mencapai 370 ribu ton pada tahun 2021 (Kompas, 08 Juli 2019).

Saat Coffee Shop tumbuh dewasa, pebisnis wajib menggunakan sumber daya yang tersedia dengan efektif dan efisien untuk mencapai niat mereka. Dengan informasi yang berkualitas tinggi merupakan media komunikasi dua arah antara pebisnis dan karyawan, nantinya karyawan dapat secara teratur menyampaikan gagasan atau berkontribusi pada peningkatan kualitas secara berkala.

Industri yang menyediakan makanan dan minuman global dipengaruhi oleh lingkungan yang bergejolak dan meningkatnya kesadaran konsumsi individu, terlebih wirausahawan harus memiliki kinerja inovatif (Skokic, Lynch, & Morrison, 2016). Pengusaha baru harus memiliki kinerja yang lebih baik agar bertahan dalam lingkungan yang kompetitif (Hallak, Assaker, O'Connor, & Lee, 2018).

Dalam industri ini memiliki risiko operasional yang tinggi jadi, pengusaha harus berinovasi dan memiliki keunggulan kompetitif terkait untuk bertahan hidup. Strategi bersaing memiliki pengaruh yang signifikan pada keunggulan posisi dan kinerja perusahaan. Penerapan strategi positif akan membantu perusahaan yang berkinerja tinggi mencapai kinerja operasional yang lebih tinggi (Chuang & Lin, 2017, Jogaratnam, 2017).

Saat ini, inovasi berperan penting dalam mendukung kinerja operasional suatu bisnis. Perkembangan bisnis tumbuh sangat dinamis dan terus mengalami peningkatan. Para pebisnis disini harus mempersiapkan strategi untuk pengembangan lebih lanjut ketika semakin banyak pesaing baru yang bermunculan

agar dapat terus bersaing dan *survive*. Meliputi bisnis usaha yang berkecimpung di bidang makanan dan minuman bisa ditemukan dalam skala dari yang terkecil sampai yang terbesar.

Karena itu, pengusaha kafe mencari cara membangun keunggulan kompetitif seperti mengadopsi kustomisasi massal, meningkatkan proses produksi dan menggunakan teknologi inovatif untuk menciptakan kinerja tinggi (Oukil, Channouf, & Al-Zaidi, 2016).

Khususnya di Coffee Shop, perhatian harus diberikan pada inovasi produk dan inovasi proses untuk mendukung kinerja operasional. Sesuai dengan (Zahra and Das 1993), perusahaan wajib selalu mengimplementasikan inovasi karena dapat berdampak positif pada hasil perusahaan. Mempromosikan produk baru untuk memenuhi harapan konsumen di Coffee Shop membutuhkan inovasi supaya tidak terjadi kondisi yang jenuh. Inovasi produk dibutuhkan untuk mengutuhkannya produk yang ada di Coffee Shop tersebut.

Selain menyediakan produk dan layanan baru untuk menarik pelanggan, wirausahawan inovatif harus menerapkan manajemen baru strategi atau teknologi untuk memotong biaya, menghubungkan informasi dan teknologi komunikasi untuk menanggapi pelanggan dan pemasaran mencapai situasi menang-menang dan kepuasan operasional efektivitas, misalnya meningkatkan kesan merek dan pangsa pasar (Kim dan Mauborgne, 2017).

Inovasi produk diartikan sebagai pengembangan produk baru, perubahan desain produk mapan, atau penggunaan bahan atau komponen baru dalam pembuatan produk mapan. Banyak contoh inovasi produk termasuk

memperkenalkan produk baru, meningkatkan kualitas, dan meningkatkan kinerjanya secara keseluruhan (Tjiptono dkk, 2008).

Inovasi proses mampu meningkatkan parameter kinerja internal, termasuk mengurangi biaya penyimpanan persediaan, menguatkan perputaran, meningkatkan anggaran produksi keseluruhan, meningkatkan efisiensi, dan produktivitas pemakaian (Sahin dan Robinson, 2002). Inovasi proses mengacu pada peningkatan dalam cara produk atau layanan produksi dan itu dapat terjadi hampir di mana saja dalam rantai nilai. Melalui daya serap, dapat menggunakan pengetahuan dan transformasi lintas bidang untuk berinovasi dan mencapai kinerja yang lebih baik dari pesaing mereka (Tsai, W. 2001).

Mariano dan Walter (2015) juga menyebutkan bahwa masih banyak yang tidak diketahui tentang bagaimana pelanggan dan pengetahuan yang diterjemahkan ke dalam kinerja. Oleh karena itu, daya serap memerlukan diskusi lebih lanjut. Menggabungkan kapasitas serap dengan variabel lain, penelitian ini dapat lebih menjelaskan hubungan antara keunggulan positional dan kinerja.

Penelitian ini menguji data dari survei terhadap Coffee Shop wirausaha inovatif di Yogyakarta. Selanjutnya studi ini mengeksplorasi inovasi kewirausahaan Coffee Shop di Yogyakarta. Yogyakarta merupakan kota pelajar sekaligus kota pariwisata, dan itu menarik banyak pengusaha untuk menjalankan bisnis dan mengembangkan bisnis mereka di sektor Coffee Shop. Persaingan di Yogyakarta industri kuliner dan restoran sangat sengit. Oleh karena itu, studi ini dapat memberikan beberapa wawasan menarik mengenai inovasi produk dan inovasi proses yang muncul di Coffee Shop wirausaha yang inovatif.

Hal ini menjadikan sebuah masalah dan tentunya menjadi tantangan bagi seluruh pihak Coffee Shop, dimana para pebisnis berlomba dalam menerapkan inovasi produk dan inovasi proses untuk mendobrak kinerja operasional pada suatu usahanya karena masih dirasa kurang. Pergelutan Coffee Shop tidak bisa dihindarkan karena hal ini berdampak suatu produk akan tumbuh lebih cepat bahkan sangat cepat, dan pada suatu saat akan sulit diperbedakan dengan produk lain. Dalam memajukan persaingan antar Coffee Shop, kita wajib mempraktikkan strategi inovasi. Keunggulan kompetitif yang kreatif dan inovatif akan mendapatkan daya tahan yang lebih lama dan jangka panjang. Selain itu, Gebauer, Worch, dan Truffer (2012) menyebutkan bahwa melalui daya serap untuk inovasi bisnis, perusahaan dengan kapabilitas dapat mempertahankan hasil inovasi mereka melalui eksplorasi terus menerus, transformatif dan eksploitatif mempelajari dan mempertahankan kinerja mereka. Coffee Shop harus cakap mengembangkan strategi bisnis agar mampu menandingi persaingan yang bertambah ketat dan memperkuat perekonomian Indonesia melalui dukungan ketentuan yang terampil dan implementasi inovasi yang berdampak positif tentang hasil operasional.

Dari deskripsi latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, bahwa dengan majunya Coffee Shop maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mencari tahu adanya pengaruh inovasi produk, dan inovasi proses terhadap kinerja operasional perusahaan, lalu penulis melakukan penelitian yang dimasukkan dalam judul **“Pengaruh Inovasi Produk**

Dan Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop di Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dirumuskan masalah yaitu kurang optimal dan kurang maksimal nya penerpaan inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional Coffee Shop di Yogyakarta.

Sehingga dengan rumusan masalah tersebut dibuatlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasioanl Coffee Shop di Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasioanl Coffee Shop di Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini adalah sebuah gagasan bagi penulis dalam menangkap ilmu manajemen operasional dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman dalam memahami inovasi proses, inovasi produk dan kinerja perusahaan dalam sebuah Unit Bisnis.

2. Penelitian ini diinginkan dapat dijadikan referensi dalam mencerna ilmu tentang inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional didalam Unit Bisnis.
3. Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dalam menguji kinerja dari operasional perusahaan dalam implementasi inovasi produk dan inovasi proses di unit bisnis.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Inovasi Produk

Menurut Lukas dan Ferrel (2000), inovasi produk adalah proses aplikasi teknologi baru dalam sebuah produk sehingga produk menerima nilai tambah. Inovasi produk merupakan terobosan yang diperlukan dalam semua operasi potensial untuk melahirkan pemikiran dan pandangan manusia yang akhirnya mewujudkan konsumen (Drucker, 2014).

Menurut Damanpour (1989), inovasi produk adalah sesuatu yang diinginkan ditempatkan di pasar sebagai respons terhadap keinginan pasar. Selain itu, menurut Polder (2010), Inovasi produk bermakna memublikasikan produk baru yaitu barang atau layanan atau pengalihan produk atau layanan yang telah ada.

Dalam hal inovasi produk, perusahaan harus mampu menerapkannya untuk melihat kesempatan pasar melalui inovasi produk yang baik untuk konsumen, perusahaan dapat *survive* dan menjadi lebih unggul, di depan pesaing. Inovasi produk akan berdampak dalam kesuksesan perusahaan terlihat melalui peningkatan pendapatan atau keuntungan (Ellitan dan Anatan, 2009: 4).

Menurut Ahmed dan Charles (2010), inovasi adalah perwujudan gagasan baru yang divergen dari terdahulunya dalam produksi maupun realisasinya, inovasi adalah evaluasi, maka rancangan baru dan implementasinya dengan teknik baru yang bertentangan serta teknologi mendalam akan meningkatkan kualitas dengan biaya lebih rendah untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

Briones dalam Dhewanto (2015) berpendapat, inovasi produk bukan hanya tentang melahirkan produk baru, namun akan meningkatkan value produk. Jika produk baru hanya mewah tapi tidak berharga, maka produk akan dapat diklasifikasikan sebagai produk baru saja, namun tidak diiringi dengan inovasi produk.

Penerapan inovasi produk di perusahaan merupakan satu hal yang akan dipengaruhi oleh modifikasi teknologi yang pesat dan diferensiasi produk yang tinggi memastikan kinerja perusahaan (Hurley dan Hult, 1998). Sedangkan Łukas dan Ferel (2000) berpendapat, inovasi produk adalah cara memperkenalkan teknologi baru dapat membentuk alat untuk memperoleh profit bagi perusahaan.

Inovasi yang kontinu di perusahaan adalah suatu keharusan fondasi yang pada nantinya membentuk keunggulan kompetitif. Inovasi dapat diartikan sebagai mutasi yang dihubungkan ke produk baru. Inovasi juga sebagai metode adaptasi perusahaan terhadap lingkungan yang antusias. Perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis melahirkan pemahaman baru, gagasan baru dan penyediaan produk-produk kreatif. Ini adalah penting bahwa inovasi bukan hanya alat permanen kontinuitas, namun juga menumbuhkan persaingan (Wahyono, 2002).

Lukas dan Ferrel (2000) mendefinisikan bahwa inovasi produk memiliki beberapa langkah dalam pengukuran yaitu:

1. Melakukan peniruan produk yang sudah ada dipasar.
2. Menciptakan produk baru bagi perusahaan.
3. Mengembangkan produk baru bagi perusahaan.

2.1.2. Inovasi Proses

Inovasi proses adalah sebuah proses metode produksi yang ditingkatkan atau diperbarui akan mendorong mengurangi biaya produksi unit (Baldwin, 1997). Inovasi proses sama dengan alat, dan wawasan internal teknologi yang memisah ditengah input dan output (Damanpour, 1990). Inovasi proses menggambarkan transformasi dalam cara menghasilkan produk atau layanan perusahaan (Utterback, 1975). Inovasi proses memperbaiki atau memperbarui teknik produksi yang menyebabkan penurunan biaya unit produksi (Baldwin, 1994).

Inovasi proses adalah penerapan teknik produksi yang betul-betul baru atau eskalasi secara substansial. Perbedaan yang substansial di metode, perangkat keras dan perangkat lunak. Teknik pengiriman berkaitan dengan logistik perusahaan dan mencekal perangkat keras, perangkat lunak, dan cara agar mendapatkan input, mengalokasikan pengiriman atau mengirimkan produk akhir. Inovasi proses bermanfaat guna menurunkan biaya produksi serta untuk kepuasan pelanggan (Hassan et al., 2013).

Ada tiga faktor penting saat memperkenalkan inovasi proses dan implementasi inovasi proses: kualitas, biaya dan waktu. Kualitas adalah kekuatan produk untuk menangkap hasrat konsumen, biaya adalah total ongkos produksi, dan waktu adalah akurasi waktu produksi dan waktu pemasaran. Langkah kunci inovasi perusahaan selaras dengan memonitor inovasi produk dan proses, oleh karena itu inovasi proses terkadang berangkaian dengan inovasi produk.

Inovasi proses bermaksud untuk memangkas biaya dan meningkatkan aktivitas dalam rantai pasokan dan rantai permintaan. Inovasi proses juga dapat mendukung

peningkatan kualitas dalam kaitannya dengan produk dan dengan demikian mengurangi biaya guna meningkatkan nilai relatif dari produk dan layanan (Tidd et al., 2005).

Pengukuran inovasi proses dalam peningkatan proses produksi yang diperlukan dalam menghasilkan suatu produk (Prajogo, 2014). adalah:

1. Kecepatan dan efisiensi produksi proses
2. Keandalan proses produksi dan teknologi
3. Berusaha dalam menjaga proses produksi di depan pesaing

2.1.3. Kinerja Operasional Perusahaan

Industri restoran global dipengaruhi oleh lingkungan yang bergejolak dan peningkatan kesadaran konsumsi individu, wirausahawan perlu memiliki kinerja inovatif (Skokic, Lynch, & Morrison, 2016).

Pengusaha baru harus memiliki kinerja yang lebih baik untuk bertahan dalam lingkungan yang kompetitif (Hallak at al., 2018). Oleh karena itu, pengusaha restoran mencari cara untuk membangun keunggulan kompetitif seperti mengadopsi kustomisasi massal, meningkatkan pemrosesan produksi, dan menggunakan teknologi inovatif untuk menciptakan kinerja tinggi (Oukil, Channouf, & Al-Zaidi, 2016).

Strategi bersaing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan posisi dan kinerja perusahaan. Penerapan strategi positif akan membantu perusahaan berkinerja tinggi mencapai kinerja operasional yang lebih tinggi (Chuang & Lin, 2017; Jogaratnam, 2017).

Kinerja perusahaan adalah reaksi dari aktivitas manajemen. Kinerja perusahaan adalah pandangan atau keluaran actual dari perusahaan, lalu mengukur dan membandingkan input dengan output (Jahanshahi et al., 2012). Kinerja operasional adalah spesialisasi manajemen dalam memproduksi barang maupun jasa, beserta aspek yang memanfaatkan alat dan metode eksklusif dalam pemecahan masalah (Daft, 2010). Dalam evaluasi kinerja operasional dinilai dengan mengukur produk baru, pangsa pasar, layanan produk berkualitas tinggi. (Carton dan Hofer, 2006).

Kinerja operasional adalah daya perusahaan dalam pengoperasian. Kinerja keseluruhan perusahaan dan keunggulan kompetitif ini adalah ukuran tingkat kemajuan dan pertumbuhan perusahaan kecil. Penilaian meliputi atas peningkatan, investasi, laba, volume, dan tenaga kerja dalam perusahaan sehingga menentukan kinerja perusahaan (Jenning dan Beaver, 1997).

Pengukuran kinerja operasional adalah langkah perusahaan menetapkan strategi yang akan diadopsi dan memantau apakah dalam kondisi baik. Dengan mengukur aspek yang ada, kedua pengukuran tersebut merupakan aspek penting bagi investor saat mempertimbangkan keputusan investasi perusahaan. Kinerja operasional bisa ditakar dengan tingkat produktivitas, level kesalahan produk, kesesuaian waktu produk hingga ke konsumen (Samson, D., & Terziovski, M. 1999). Di dalam kinerja operasional perusahaan menurut Lenny et al., (2007) terdapat 5 dimensi yaitu:

1. Fleksibilitas

Fleksibilitas adalah kecakapan perusahaan untuk menangkap transformasi dalam lingkungan bisnis. Pendekatan multi-vendor diadopsi melalui meningkatkan

fleksibilitas dalam mewujudkan asal pengadaan alternatif dengan memangkas rantai pasokan.

2. Meminimalisir *Lead Time* Produksi

Bentuk untuk meminimalisir lead time produksi ialah pengadaan elektronik, pembelian tunggal, dan tepat waktu. Dapat mempersingkat waktu tunggu produksi meningkatkan daya tanggap perusahaan dan nantinya menumbuhkan keunggulan kompetitif perusahaan.

3. *Forecasting* (Peramalan)

Peramalan adalah aspek kinerja yang cukup diperlukan dalam kinerja perusahaan. Peramalan adalah kinerja yang komprehensif dari berbagai sumber pasokan material, manufaktur, perancangan produksi dan fungsi peramalan kebutuhan konsumen.

4. Perencanaan Sumber Daya dan Penghematan Biaya

Melalui perencanaan metode yang tepat, hal tersebut dapat diramalkan pemakaian sumber daya yang dioptimalkan dapat menghemat biaya. Waktu siklus lebih pendek dan lebih banyak pesanan dapat diproses, lalu akan mengakibatkan pertumbuhan efisiensi dan biaya produksi menurun. Selain itu, dapat menggunakan alat *e-procurement* untuk mempercepat waktu pemesanan dan memotong biaya pemesanan.

5. Pengurangan Tingkat Persediaan

Kegiatan ini tidak sekedar berakibat memotong tingkat persediaan, tetapi juga akan memangkas penggunaan gudang dan pertumbuhan arus kas.

2.2. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian berkenaan inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional perusahaan sudah dilaksanakan sebelumnya. Namun maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional sebuah perusahaan kedai kopi atau yang biasa disebut Coffee Shop di Yogyakarta. Penelitian terdahulu sekedar berfokus pada inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional perusahaan, lalu dijadikan dasar kerangka penelitian ini:

Tabel 2.1
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Pengarang dan Judul	Variabel	Hasil
1.	S.-F. Chou, et al. (2020) dengan judul " <i>The critical criteria for innovation entrepreneurship of restaurants: Considering the interrelationship effect of human capital and competitive strategy a case study in Taiwan</i> "	Inovasi	Penelitian tersebut bermaksud untuk menganalisis daya serap dan inovasi memediasi hubungan kinerja perusahaan. Hasil dari studi ini memperoleh bahwa daya serap dan inovasi secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan.
2.	Siti Fitria Fahmila (2018) dengan judul "Dampak Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional UKM Yogyakarta"	Inovasi, Kinerja Operasional	Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh variabel inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional. Fokus kajian ini adalah pada usaha kecil dan menengah di Yogyakarta. Hasil kajian ini menunjukkan yaitu inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Hasil

			inovasi proses akan berdampak signifikan terhadap kinerja operasional.
3.	Sri Hartini (2012) dengan judul <i>"The Role of Innovation: Product Quality Development and Business Performance"</i>	Inovasi, Produk, Kinerja	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel inovasi produk dan kinerja operasional. Fokus penelitian ini yaitu UKM furniture di Jawa Timur. Hasil menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional UKM.
4.	Ahmad Fathi et al. (2016) yang berjudul <i>"The Mediating Role of Product and Process Inovations on The Relationship between Knowledge Management and Operation Performance in Manufacturing Company in Jordan"</i>	Inovasi produk, Inovasi Proses, Kinerja Operasional	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.
5.	Al Mamary et al. (2014) yang berjudul <i>"The Relationship Between System Quality, Information Quality and Organizational Performance"</i>	Sistem kualitas, Kinerja Operasional	Yang bermaksud untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas terhadap kinerja operasional. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas dapat berperan positif dan dapat memberi peningkatan kinerja operasional.

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

2.3. Formulasi Hipotesis

2.3.1. Hubungan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop

Berhubung dengan inovasi produk, perusahaan harus mampu mengamati pasar dan memunculkan inovasi produk baru ke pelanggan, yang memungkinkan perusahaan untuk *survive* dan menjadi lebih baik dari pesaing lainnya. Inovasi produk dipercaya dapat menumbuhkan efisiensi dan produktivitas dalam langkah produksi. Inovasi produk adalah suatu akibat dari pergeseran teknologi yang signifikan dan perubahan produk yang tinggi akan membuktikan kinerja perusahaan (Sri Hartini, 2012).

Inovasi produk diartikan sebagai produk atau jasa baru yang akan dikenalkan di pasar untuk memenuhi permintaan konsumen. Sekarang ini dalam industri, pengembangan produk baru adalah salah satu aspek penting dalam mengendalikan keberhasilan atau kegagalan perusahaan (Damanpour, 1991). Kinerja yang benar berasal dari penerapan operasi dan bisnis telah diamati dari kualitas, inovasi produk, biaya, fleksibilitas, dan *delivery* (Banker, R. D., G. Potter and R. G. Schroeder. 1993).

Sesuai dengan hasil yang selesai di teliti oleh Kusumawati (2010) di jurnal terdahulu dimana mengusulkan yakni inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Maka sanggup diambil kesimpulan, dengan terdapatnya inovasi produk didalam perusahaan, maka semakin baik kinerja operasional perusahaan. Lalu dibuatlah hipotesis seperti berikut:

H1: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional Coffee Shop di Yogyakarta.

2.3.2. Hubungan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop

Inovasi proses yaitu langkah meningkatkan atau suatu regenerasi teknik produksi telah merangsang pemangkasan biaya unit dalam produksi. Inovasi menunjang perusahaan untuk menghemat melalui langkah menghimpit harga dan biaya yang lebih kecil. Aspek tersebut mengidentifikasi yakni adopsi inovasi proses diyakini bisa mendorong efisiensi saat kegiatan produksi, sehingga akan memangkas ongkos produksi perusahaan. Biaya dengan kualitas produk yang relatif sama akan mendorong profit perusahaan sehingga kinerja perusahaan meningkat.

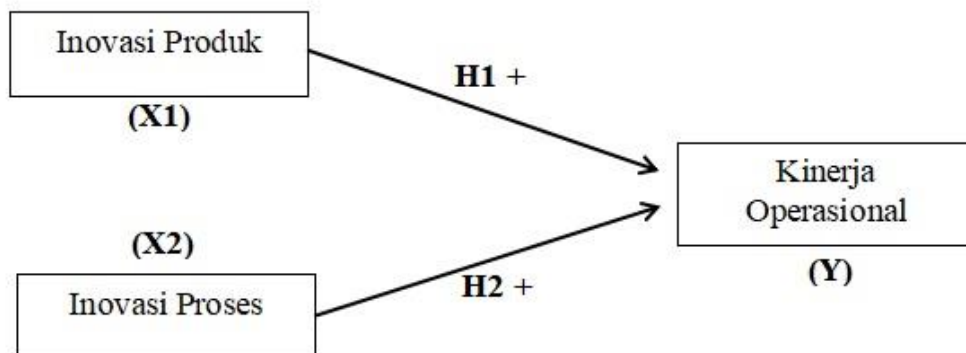
Menurut Leonard Barton (1991), inovasi proses adalah suatu langkah pengembangan produk, layanan, atau proses baru. Inovasi proses mengelola teknik operasi baru dengan menghasilkan baru, menciptakan teknologi baru atau mengupgrade ketrampilan masyarakat di perusahaan. Kondisi dalam implementasi inovasi yang berhasil ada karyawan yang menjadi sesuatu yang lebih berkualitas, ajek, serta bertanggung jawab saat menggunakan inovasi karena kecakapan sebuah inovasi bergantung sesuai penggunaannya oleh semua anggota tidak hanya satu individu.

Sesuai dengan peneliti terdahulu Fathi (2016), mengutarakan yaitu inovasi proses terdapat dampak yang positif dan signifikan kepada kinerja operasional perusahaan. Dengan itu ditarik kesimpulan, yakni semakin tinggi inovasi proses yang diaplikasikan, maka kinerja operasional perusahaan juga semakin baik.

Lalu dibuat hipotesis seperti berikut:

H2: Inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional Coffee Shop di Yogyakarta.

2.4. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1. Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada usaha Coffee Shop yang berlokasi di Yogyakarta.

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut (Uma Sekaran & Bougie, 2013), populasi adalah keseluruhan yang mengacu pada keseluruhan kelompok, yaitu orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diteliti atau ditemukan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Coffee Shop yang ada di Yogyakarta.

Penentuan sampel sangat penting saat menjalankan penelitian, karena sampel terdapat keistimewaan sesuai populasi penelitian yang diwakilinya, dan sampel tersebut yakni segmen dari populasi yang ditetapkan (Uma Sekaran, 2006). Langkah pengambilan sampel ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*. Maka, sampel dalam penelitian ini adalah 96 Coffee Shop yang ada di Yogyakarta.

Uma Sekaran, (2013) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b) Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

- c) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multiverse (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

3.3. Definisi dan Variabel Operasional

3.3.1. Inovasi Produk (X1)

Inovasi produk yakni ketangkasan memublikasikan produk baru seperti barang maupun jasa atau perbaikan produk atau jasa yang telah ada (Polder, 2010; Lukas dan Ferrel, 2000). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variable ini adalah sebagai berikut:

- a) Ketangkasan meniru produk yang telah ada.
- b) Kecakapan mengembangkan produk baru.
- c) Melahirkan produk baru untuk perusahaan.
- d) Kemampuan berinovasi.
- e) Kapasitas inovasi.

3.3.2. Inovasi Proses (X2)

Inovasi proses adalah proses peningkatan atau pembaharuan metode produksi (Baldwin, 1997; OECD,2005; Prajogo, 2015). Indikatornya meliputi:

- a) Ketangkasan melaksanakan inovasi proses.
- b) Fleksibilitas proses.
- c) Kesempatan untuk memperbaiki proses.
- d) Kesigapan melakukan perubahan proses.
- e) Kemudahan untuk memperbaiki proses.

3.3.3. Kinerja Operasional (Y)

Kinerja operasional perusahaan adalah parameter tingkat kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan kecil. (Jenning dan Beaver, 1997; Robbins, 1996; Samson, D., & Terziovski, M. 1999). Indikatornya yaitu meliputi:

- a) Kualitas Hasil Produksi.
- b) Ketepatan waktu dalam proses.
- c) Ketangkasan memenuhi kebutuhan pasar.
- d) Efisiensi dalam tahap produksi.
- e) Keberhasilan mengurangi kegagalan proses.
- f) Keberhasilan memberikan kepuasan kinerja operasional.

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis data

Terdapat dua jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu data primer.

1. Data Primer

Dalam penelitian ini memakai data primer. Data primer yaitu penjelasan tangan pertama yang didapat peneliti dari variabel utama sesuai maksud penelitian tertentu. Data primer berasal dari personal/narasumber dan dirancang peneliti untuk pertanyaan spesifik. (Uma Sekaran & Bougie, 2013). Data primer yang terdapat dalam penelitian yaitu yang berkenaan dengan inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional perusahaan bersumber langsung dari responden, eksekutor, spesifiknya Coffee Shop di Yogyakarta.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data disini memakai kuesioner. Kuesioner adalah ungkapan tertulis yang diperlukan untuk mengulik informasi sesuai dengan yang diketahui oleh responden (Arikunto, 2005). Sedangkan berdasarkan Uma Sekaran (2013), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Setiap jawaban dilandasi oleh skala likert. Skala likert merupakan skala yang mampu dipergunakan untuk tolak ukur sikap, pendapat seseorang atau subkelompok orang terhadap indikasi (Djaali, 2008).

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang yang berkaitan dengan kejadian umum. Dalam penelitian ini kuesioner telah dicantumkan beberapa variabel yakni inovasi proses, inovasi produk, dan kinerja operasional perusahaan telah didapat langsung dari responden, dan eksekutor khususnya Coffee Shop di Yogyakarta.

Terkait hal ini, responden dituntut memberikan jawaban berdasarkan beberapa pertanyaan di dalam kuesioner setara dengan yang dirasakan. Sasaran responden meliputi pemilik kedai kopi, pengelola, atau orang yang dipercaya. Untuk memudahkan responden dalam menjawab terdapat alternatif untuk setiap pertanyaan. Fungsi pernyataan ini adalah untuk mendapati poin setiap variabel sesuai dengan ketentuan. Evaluasi tanggapan setiap responden memanfaatkan skala likert, yaitu 5 sampai 1. Tanggapan yang bernilai tinggi akan diberi nilai tertinggi, dan tanggapan yang bernilai rendah akan diberi skor terendah (Azwar, 2006).

Tabel 3.1. Skala Likert

Kategori	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Ghozali (2013) menganggap kuesioner efektif jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur dalam kuesioner itu sendiri. Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas kuesioner. Efektivitas adalah mengukur apakah pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner benar-benar mengukur pertanyaan yang ingin diukur.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisa agar bertujuan mendapati hasil suatu variabel, independent dengan tidak melakukan perumpamaan variabel lain (Ghozali, 2012). Hasil yang digunakan sebagai gambaran analisis deskriptif yang nanti akan mengetahui keistimewaan responden. Tujuan analisis ini yaitu untuk memberikan gambaran kepada peneliti atau untuk mendeskripsikan aspek-aspek yang relevan dengan kejadian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi, industri atau lainnya (Uma Sekaran, 2006).

3.5.2. Analisis Inferensial

3.5.2.1. Uji Kualitas Instrumen

3.5.2.1.1. Uji Validitas

Menurut Uma Sekaran dan Bougie (2013), uji validitas merupakan tes yang menegaskan keabsahan suatu alat analisis meliputi kuesioner, cara, dan langkah adopsi dalam penelitian. Skala pengukuran dapat dikatakan valid apabila melakukan yang seharusnya dilakukan dan mengukur yang seharusnya diukur. Dalam uji validitas penelitian ini digunakan program SPSS dengan memperhatikan nilai korelasi product moment (r). Tingkat signifikansi yang diterapkan (α) adalah 5% atau 0,05. Maka jika r hitung lebih dari atau sama dengan r tabel terdapat korelasi sehingga valid. Namun, jika r hitung kurang dari r tabel tidak terdapat korelasi sehingga tidak valid.

3.5.2.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diusulkan untuk memverifikasi bahwa pengukuran bebas guna memastikan ketepatan di berbagai instrumen. Reliabilitas bisa diukur menggunakan korelasi keseluruhan item dan koefisien α Cronbach, yang mencerminkan konsistensi internal alat ukur, dengan cut-off value dari Cronbach's α sebesar $\geq 0,60$. (Uma Sekaran dan Bougie. 2013).

3.5.2.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar memenuhi asumsi yang mendasari regresi. Situasi tersebut akan merasa terpenuhi jika beberapa asumsi yang biasa disebut dengan asumsi klasik (Ghozali,2006).

Pengujian mencakup:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas guna mengetahui apakah dalam model regresi baik variabel dependen maupun variabel independen berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2012). Model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2012).

Dalam melaksanakan peneliatan ini menggunakan *Kolmogrov Smirnov* guna mengidentifikasi kernomalan distribusi, jika nilai *Asymp. Sig* suatu variabel independen dan variabel dependen lebih besar dari *Level of Significant* sebesar 5% maka variabel tersebut berdistribusi normal, melainkan sebaliknya.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multukolinearitas digunakan guna mengetahui ada tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi tidak mensyaratkan multikolinieritas. Suatu model regresi dikatakan bebas multikolinieritas jika nilai toleransinya lebih besar dari 0,1 (Ghozali, 2012).

Terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi terlihat dari (1) nilai *tolerance* (2) nilai *variance inflation factor (VIF)* (Ghozali, 2012). Dua hal tersebut memberi petunjuk tiap variabel bebas yang mana dijelaskan oleh variabel

bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat (*dependent*). *Tolerance* menimbang variasi variabel bebas yang tidak dapat diuraikan variabel bebas lainnya. Maka, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi (Ghozali, 2012).

3. Uji Heteroskedestistas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan guna menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual suatu pengamatan yang lain (Ghozali, 2012). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi, dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang memiliki ketentuan:

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadinya heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipakai guna memahami hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian ini memanfaatkan SPSS guna mengidentifikasi setiap variabel bebas terdapat hubungan positif atau negatif. (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2014) menemukan yakni pengujian hipotesis mengusulkan pemahaman yang lebih baik tentang variabel terikat dan variabel bebas, dan pengujian hipotesis dipakai guna menguraikan sifat hubungan,

mengidentifikasi perbedaan variabel, dan menafsirkan varian dalam variabel dependen.

$$Y = b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = Kinerja Operasional

b₁, b₂, = Koefisien regresi dari variabel X₁ X₂

X₁ = Inovasi Produk

X₂ = Inovasi Proses

3.5.2.4. Uji T

Uji T mengidentifikasi sejauh mana satu individu variabel penjelas berperan dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen (Ghozali, 2012). Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari ketiga variabel dependen yang diteliti dan yang paling mempengaruhi. Step pengujiannya meliputi:

1. Merumuskan hipotesis operasional.

H₀; $\beta_i = 0$ (Tidak ada pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat)

H₁; $\beta_i \neq 0$ (Ada pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat)

2. Menentukan taraf signifikan (α) dan kebebasan (df) pengujian. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan (α) sebesar 5%.

3. Menarik kesimpulan.

H₀ diterima jika nilai probabilitas value $\geq \alpha$ (0,05).

H₀ ditolak jika nilai probabilitas value $\leq \alpha$ (0,05).

3.5.2.5. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur sejauh mana suatu model dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen. Pekerjaan tersebut menggunakan koefisien determinasi terkoreksi R^2 . Koefisien determinasi *adjusted- R^2* menunjukkan persentase variasi jumlah variabel dependen bisa diuraikan oleh variabel independen mengenai model. Nilai R^2 memberi petunjuk bahwa perubahan variabel dependen dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen. Nilai determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Jika nilai R^2 rendah berarti kekuatan variabel bebas dalam menguraikan perubahan variabel bebas sangat spesifik, sedangkan nilai mendekati satu menjelaskan variabel bebas menyediakan hampir seluruh informasi yang diinginkan untuk memprediksi perubahan variabel terikat (Ghozali, 2012).

Sifat dari koefisien determinasi yaitu, (Gujarati, 2003):

1. R^2 merupakan besaran non-negatif
2. Limitnya yaitu $0 \leq R^2 \leq 1$

3.5.2.6. Uji F

Uji F umumnya menunjukkan apakah seluruh variabel bebas yang bisa dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh gabungan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012). Kegunaan Uji F yaitu guna mengidentifikasi apakah variabel bebas bersama-sama kedapatan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Step-step pengujiannya yaitu:

1. Merumuskan hipotesis operasional.

$H_0; \rho_i = 0$ (Tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama mengenai variabel terikat)

$H_1; \rho_i \neq 0$ (Ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen)

2. Menentukan taraf signifikan (α) dan kebebasan (df) pengujian. Penelitian ini menggunakan taraf signifikan (α) sebesar 5%.

3. Menarik kesimpulan.

H_0 diterima jika probabilitas value $\geq \alpha$ (0,05).

H_0 ditolak jika nilai probabilitas value $\leq \alpha$ (0,05).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan memaparkan hasil dari penelitian yang menyinggung pengaruh variabel Inovasi Produk dan Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop di Yogyakarta dengan menggunakan alat hitung SPSS. Responden yang didapatkan pada penelitian ini yakni 96 Coffee Shop di Yogyakarta.

4.1. Hasil Analisis Data

4.1.1. Hasil Analisis Deskriptif

4.1.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Data Profil Responden

Analisis deskriptif terhadap data profil responden dilakukan berdasarkan hasil yang sesuai dengan isian dalam kuesioner penelitian.

Tabel 4. 1. Responden Berdasarkan Umur Usaha

Umur Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
< 3 Tahun	33	34,4 %
3 – 5 Tahun	36	37,5 %
> 5 Tahun	27	28,1 %
Total	96	100%

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Indikator Responden Berdasarkan Umur Usaha dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu kurang dari 3 Tahun, 3-5 Tahun, dan lebih dari 5 Tahun. Berdasarkan pada tabel 4.1. hasil yang telah diperoleh terdapat 33 (setara 34,4%) Coffee Shop yang umur usahanya kurang dari 3 Tahun, lalu 36 (setara 37,5%) Coffee Shop yang umur usahanya 3 - 5 Tahun, dan 27 (setara 28,1%) Coffee Shop yang umur usahanya lebih dari 5 Tahun. Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa Coffee Shop

yang berusia 3-5 Tahun memiliki nilai presentase paling banyak dalam penelitian ini dengan persentase 37,5%.

Tabel 4. 2. Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Presentase (%)
< 5 Orang	14	14,6 %
5 – 10 Orang	82	85,4 %
> 10 Orang	0	0 %
Total	96	100 %

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Indikator Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu, kurang dari 5 orang, 5 – 10 orang, dan lebih dari 10 orang. Pada Tabel 4.2. diperoleh hasil 14 (setara 14,6%) Coffee Shop yang memiliki karyawan kurang dari 5 orang, lalu 82 (setara 85,4%) Coffee Shop yang memiliki karyawan 5 – 10 orang, dan tidak terdapat Coffee Shop yang memiliki karyawan lebih dari 10 orang. Dengan ini, bahwa Coffee Shop yang memiliki karyawan 5 – 10 orang memiliki nilai persentase paling mendominasi dalam penelitian ini dengan persentase 82,4%.

Tabel 4. 3. Responden Berdasarkan Pendapatan Per-tahun

Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
< 300 Juta Rupiah	84	87,5 %
300 Juta – 2,5 M Rupiah	12	12,5 %
> 2,5M Rupiah	0	0 %
Total	96	100 %

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Indikator Responden Berdasarkan Pendapatan Per-tahun dibagi menjadi tiga kategori yaitu, kurang dari 300 Juta Rupiah, 300 Juta – 2,5M Rupiah, dan lebih dari 2,5M Rupiah. Dari Tabel 4.3. diperoleh hasil 84 (setara 87,5%) Coffee Shop

yang berpendapatan kurang dari 300 Juta Rupiah, lalu 12 (setara 12,5%) Coffee Shop yang berpendapatan 300 Juta Rupiah – 2,5M Rupiah, dan tidak ada Coffee Shop yang berpendapatan lebih dari 2.5M Rupiah. Dengan begitu, Coffee Shop yang berpendapatan kurang dari 300 Juta Rupiah memiliki dominasi di penelitian ini dengan persentase 87,5%.

4.1.1.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu penggunaan kuesioner telah dikirimkan kepada di wilayah Yogyakarta. Statistik deskriptif terhadap tanggapan 96 responden dilakukan untuk memahami gambaran yang berbeda tentang karakteristik masing-masing variabel dalam penelitian. Penilaian variabel penelitian ini diukur dengan menyesuaikan skala likert, menggunakan poin terendah 1 (sangat tidak setuju) dan poin tertinggi 5 (sangat setuju). Dalam menentukan aspek penilaian variabel penelitian menggunakan cara interval seperti:

1. Interval = $\frac{5-1}{5} = 0,80$
2. Skor terendah yaitu 1
3. Skor tertinggi yaitu 5

Spesifikasi penilaian responden mengenai berbagai item variabel:

Tabel 4. 4. Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,80	Sangat Rendah
1,81 s/d 2,60	Rendah
2,61 s/d 3,40	Netral
3,41 s/d 4,20	Tinggi
4,21 s/d 5,00	Sangat Tinggi

Analisis deskriptif terhadap jawaban responden dilakukan secara bertahap sesuai dengan variabel dalam penelitian.

Tabel 4. 5. Penilaian Variabel Inovasi Produk

Indikator	Mean	Kriteria
Peniruan Produk Yang Sudah Ada.	4,66	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Pengembangan Produk Baru.	4,57	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Penerapan Inovasi Produk.	4,53	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Peluang Melakukan Inovasi.	4,64	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Penciptaan Produk Baru Dalam Usaha.	4,65	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Total Mean	4,61	Inovasi Produk Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil penilaian sesuai dengan tabel 4.5. terdapat rata-rata penelitian responden terhadap variabel Inovasi Produk (IPR) yaitu sebesar 4,61 sesuai dengan kriteria inovasi produk tinggi. Penilaian dari semua variabel Inovasi Produk memiliki nilai Inovasi Produk Sangat Tinggi. Dari hasil ini memberi informasi bahwa Inovasi Produk telah diterapkan oleh para pelaku usaha Coffee Shop di Yogyakarta.

Tabel 4. 6. Penilaian Variabel Inovasi Proses

Indikator	Mean	Kriteria
Penerapan Inovasi Pada Aktivitas Bisnis.	4.74	Inovasi Proses Sangat Tinggi
Tingkat Fleksibilitas Dalam Proses Aktivitas.	4.59	Inovasi Proses Sangat Tinggi
Peluang Memperbaiki Proses.	4.64	Inovasi Proses Sangat Tinggi
Kecepatan Dalam Perubahan Proses.	4.65	Inovasi Proses Sangat Tinggi
Perbaikan Proses Aktivitas.	4.71	Inovasi Proses Sangat Tinggi
Total Mean	4.66	Inovasi Proses Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil penilaian sesuai dengan tabel 4.6. terdapat rata-rata penilaian responden terhadap variabel Inovasi Proses (IPS) yaitu sebesar 4,66 berposisi kriteria Inovasi Proses sangat tinggi. Penilaian dari semua variabel Inovasi

Proses memiliki nilai Proses Sangat Tinggi. Dari hasil ini memberi informasi bahwa Inovasi Proses telah diterapkan oleh para pelaku usaha Coffee Shop di Yogyakarta.

Tabel 4. 7. Penilaian Variabel Kinerja Operasional

Indikator	Mean	Kriteria
Kualitas Hasil Produksi.	4.78	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Ketepatan Waktu Dalam Proses Operasional.	4.55	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Memenuhi Kebutuhan Pasar.	4.67	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Efisiensi Dalam Proses Produksi.	4.60	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Meminimalisir Kegagalan Operasional.	4.65	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Kepuasan Dalam Pencapaian Kinerja.	4.63	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Total Mean	4.65	Kinerja Operasional Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan hasil penilaian sesuai dengan tabel 4.7. terdapat rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kinerja Operasional (KIN) yaitu sebesar 4,65 yang sesuai dengan kriteria kinerja sangat tinggi. Penilaian dari semua variabel Kinerja Operasional memiliki nilai Kinerja Sangat Tinggi. Dari hasil ini memberi informasi bahwa Kinerja Operasional telah diterapkan oleh para pelaku usaha Coffee Shop di Yogyakarta.

4.1.2. Hasil Analisis Inferensial

4.1.2.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen

4.1.2.1.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat dan mempertimbangkan nilai korelasi product-moment (r) masing-masing item indeks pengukuran variabel dan skor

total variabel. Jika nilai signifikansi 96 responden Coffee Shop kurang dari 0,05 maka kuesioner dianggap valid. Tabel berikut menunjukkan hasil Uji Validitas Inovasi Produk (IPR), Inovasi Proses (IPS), dan Kinerja Operasional (KIN):

Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Signifikansi	Keterangan
Inovasi Produk	IPR 1	0,486**	0,000	Valid
	IPR 2	0,663**	0,000	Valid
	IPR 3	0,679**	0,000	Valid
	IPR 4	0,609**	0,000	Valid
	IPR 5	0,735**	0,000	Valid
Inovasi Proses	IPS 1	0,598**	0,000	Valid
	IPS 2	0,599**	0,000	Valid
	IPS 3	0,648**	0,000	Valid
	IPS 4	0,621**	0,000	Valid
	IPS 5	0,684**	0,000	Valid
Kinerja Operasional	KIN 1	0,450**	0,000	Valid
	KIN 2	0,600**	0,000	Valid
	KIN 3	0,686**	0,000	Valid
	KIN 4	0,585**	0,000	Valid
	KIN 5	0,606**	0,000	Valid
	KIN 6	0,586**	0,000	Valid

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.8. diatas telah diperoleh hasil uji validitas untuk semua indikator penilaian variabel mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dengan begitu, setiap indikator pengukuran seluruh variabel dalam penelitian yaitu valid.

4.1.2.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas mampu diukur dengan korelasi keseluruhan item dan koefisien α *Cronbach's Alpha*, menggambarkan konsistensi internal alat ukur, dengan cut-off value dari Cronbach's α sebesar $\geq 0,60$. (Uma Sekaran et al. 2014). Hasil uji reliabilitas variabel IPR, IPS, dan Kinerja Operasional tertera dalam tabel berikut:

Tabel 4.9. Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai	Keterangan
IPR	0,630	0,600	Reliabel
IPS	0,617	0,600	Reliabel
Kinerja Operasioanal	0,620	0,600	Reliabel

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 4.9. diatas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian instrumen dari penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

Sehingga berdasarkan uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dilakukan diatas, dapat di ambil kesimpulan bahwa kuesioner sudah dibilang layak digunakan sebagai instrument penelitian.

4.1.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk memberikan kepastian informasi bahwa persamaan regresi yang telah diperoleh memiliki akurasi dalam estimasi, tidak menyimpang, dan konsisten. Uji yang wajib dilakukan sebelum menuju langkah selanjutnya adalah regresi. Di dalam uji ini terdapat tiga uji yaitu, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Berikut hasil yang diperoleh dari Uji Asumsi Klasik:

1. Uji Normalitas

Tabel 4. 1. Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Nilai Kritis	Keterangan
1,196	0,114	0,05	Normal

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Pengujian normalitas dalam penelitian ini memanfaatkan Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, yang dimana pengambilan keputusan nya melihat angka probabilitas signifikansi. Dalam Tabel 4.10. menggambarkan hasil pengolahan data yang nilai probabilitas nya mendapatkan 0,114 yang berarti lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,05. Dan nilai Kolmogorov-Smirnov yang didapatkan yaitu 1,196 lebih besar dari 0,05. Dari hasil yang didapatkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dan layak diteruskan pada analisis selanjutnya.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 2. Hasil Uji Multikolinearitas

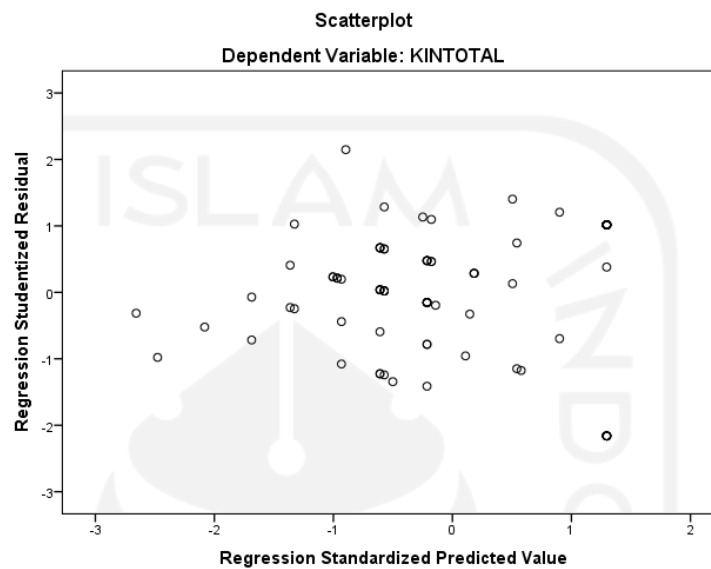
Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Nilai Kritis <i>Tolerance</i>	Nilai Kritis <i>VIF</i>	Keterangan
IPR	0,796	1,256	0,1	10	Tidak Multikolinearitas
IPS	0,796	1,256	0,1	10	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.11. dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* pada semua variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* yang lebih kecil dari 10. Maka, variabel IPR dan IPS tidak terjadi Multikolinearitas antar variabel bebas.

3. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4. 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi memiliki ketidaknyamanan yang berbeda dengan residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Berdasarkan Gambar 4. 1. menunjukkan data dari variabel yang telah diteliti tidak terjadi heterokedastisitas. Dapat dilihat dari pola yang dibentuk oleh titik-titik yaitu tidak menyebar dibawah dan diatas sumbu Y, dan titik-titik tersebut tidak memiliki pola yang teratur.

4.1.2.3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan guna mengidentifikasi pengaruh diantara variabel bebas adalah variabel inovasi produk, dan inovasi proses terhadap variabel terikat yaitu kinerja operasional perusahaan.

Tabel 4. 3. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig. t	Keterangan
Inovasi Produk	0,272	2,599	0,011	Signifikan
Inovasi Proses	0,241	2,308	0,023	Signifikan
Adjusted R Square = 0,174				
F hitung = 10,991				
Signifikan F = 0,000				

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12. ditulis dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 0,272 \text{ IPR} + 0,241 \text{ IPS}$$

Keterangan:

Y = Kinerja Operasional

b₁, b₂, = Koefisien regresi variabel X₁, X₂

X₁ = Inovasi Produk

X₂ = Inovasi Proses

Pada persamaan regresi linier berganda diatas didapatkan nilai konstanta sebesar 13,910 dan nilai Std. Error sebesar 2,887, Sedangkan nilai koefisien regresi IPR (X₁), dan IPS (X₂) masing-masing memiliki pengaruh positif sebesar 0,272 dan 0,241 terhadap kinerja operasional Coffee Shop (Y) yang berarti apabila nilai

masing-masing variabel naik satu satuan, maka nilai kinerja akan bertambah sebesar nilai tersebut. Dari pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk (IPR) dan Inovasi Proses (IPS) memberikan pengaruh positif terhadap kinerja operasional Coffee Shop.

4.1.2.4. Hasil Uji T

Tabel 4. 13. Hasil Uji T

Variabel	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	α	Keterangan
IPR →KIN	0,272	2,599	0,011	0,05	Berpengaruh Signifikan
IPS →KIN	0,241	2,308	0,023	0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Dari tabel 4.13. dapat ditarik kesimpulan pada hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop

H1(0): Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop.

H1(a): Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop.

Nilai signifikansi yang telah didapat dari hasil regresi IPR-KIN lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan (α) yang sudah ditetapkan ($0,011 < 0,05$), serta memiliki koefisien regresi yang positif sebesar 0,272. Maka keputusannya yaitu H1(0) ditolak, yang berarti Inovasi Proses berpengaruh positif

terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop. Karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) dapat diterima.

2. Pengaruh Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop

H1(0): Inovasi Proses tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop.

H1(a): Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop.

Nilai signifikansi yang telah didapat dari hasil regresi IPS-KIN lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan (α) yang sudah ditetapkan ($0,023 < 0,05$), serta memiliki koefisien regresi yang positif sebesar 0,241. Maka keputusannya yaitu H1(0) ditolak, yang berarti Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop. Karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) dapat diterima.

4.1.2.5. Hasil Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Tabel 4. 14. Hasil Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Variabel Independen	Variabel Dependen	Adjusted R Square	F	Signifikansi
Inovasi Produk, Inovasi Proses	Kinerja Operasional	0,174	10,991	0,000

Sumber : Olah Data Penelitian (2021)

Koefisien Determinasi Parsial (R^2) digunakan untuk melihat bagaimana kontribusi sesuai variabel bebas dengan variabel terikat. Dari Tabel 4.14. diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,174, lalu disimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk dan Inovasi Proses memiliki peran sebesar 17,4% menjelaskan Kinerja.

Sedangkan 82,6% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

4.1.2.6. Hasil Uji F

Pengujian ini digunakan untuk mengidentifikasi apakah semua variabel independen dengan bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Inovasi Proses secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasi perusahaan. Sesuai Tabel 4.14. telah didapatkan nilai signifikan F sebesar 0,000 yaitu lebih kecil daripada 0,05. Dengan ini memberi informasi yakni Inovasi Produk dan Inovasi Proses secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop

Hasil analisa data menunjukkan yakni variabel inovasi produk terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja operasional. Oleh karena itu apabila pebisnis Coffee Shop di Yogyakarta menerapkan inovasi produk yaitu pengenalan produk baru atau inovasi lain maka kinerjanya mengalami peningkatan.

Hal ini akan meningkatkan penjualan dengan menciptakan produk baru yang menarik dan ingin dicoba oleh konsumen. Kemudian apabila produk yang diperkenalkan dapat diterima oleh konsumen maka dapat dipastikan penjualan akan meningkat sehingga kinerja operasional Coffee Shop akan semakin baik.

Dengan terdapatnya inovasi produk, yakni pengusaha Coffee Shop harus mampu memonitor pasar dengan baik lalu menyarankan suatu inovasi produk baru

terhadap konsumen, yang mana membuat suatu Coffee Shop *still survive* dan berkembang lebih baik, bahkan mengungguli persaingan.

Inovasi produk dipercaya dapat menumbuhkan produktifitas dan lebih efisien dalam tahap produksi. Inovasi produk muncul karena suatu efek pergeseran teknologi yang pesat dan produk yang bervariasi tinggi lalu menghasilkan kinerja perusahaan (Hartini, 2012).

Sesuai dengan yang sudah diteliti oleh (Kusumawati, 2010) telah memberi petunjuk bahwa inovasi produk kedapatan pengaruh positif yang signifikan terkait kinerja operasional. Maka dari itu ditarik kesimpulan, bahwa kedapatannya inovasi produk disuatu usaha maka kinerja operasionalnya akan meningkat.

Inovasi produk merupakan hal wajib dilaksanakan didalam suatu usaha karena suatu permintaan konsumen atau pasar tidak pasti lalu pengusaha dituntut untuk terus berinovasi dan menciptakan ide baru. Dengan ini dapat diambil kesimpulan, bahwa semakin tinggi inovasi produk, maka kinerja operasional juga akan semakin tinggi.

4.2.2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop

Hasil ini memaparkan bahwa inovasi proses kedapatan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional Coffee Shop, terdapatnya pengaruh ini maka Coffee Shop di Yogyakarta jika melaksanakan perbaikan pengembangan dalam proses produksi, dapat dipercaya akan memangkas biaya yang dikeluarkan. Terdapatnya pemangkasan biaya pastinya akan mendatangkan profit perusahaan, lalu dengan otomatis kinerja operasional pun meningkat.

Selaras yang telah dilakukan Fathi (2016) inovasi proses mempunyai efek positif mengenai kinerja operasional. Maka dari itu ditarik kesimpulan, yaitu semakin tinggi inovasi proses diimplementasikan, membuat kinerja operasional suatu usaha juga semakin tinggi.

Inovasi proses adalah suatu yang penting untuk diimplementasikan oleh suatu usaha. Dengan Langkah yang baik dengan melahirkan suatu produk yang memiliki nilai unggul hingga mampu memberikan kepuasan konsumen Suatu usaha yang mengimplementasikan inovasi proses secara benar akan meningkatkan kinerja operasional. Inovasi proses juga menggiring metode baru dengan pengembangan skill sumber daya yang dimiliki suatu usaha, maka dengan berkembangnya sumber daya yang telah dimiliki juga mempengaruhi secara positif terhadap kinerja operasi Coffee Shop.

Dengan ini ditarik kesimpulan yaitu semakin tinggi inovasi proses yang diimplementasikan, maka kinerja operasional suatu usaha juga akan terus meningkat. Pemilik bisnis juga perlu memilih dengan bijak inovasi yang akan digunakan dalam menunjang kinerja operasional, apakah penggunaan inovasi tersebut perlu dikembangkan dengan kombinasi yang lain atau hanya berfokus pada inovasi yang ada.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan utama dari penelitian ini yaitu membuktikan pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop di Yogyakarta.
- b) Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Coffee Shop di Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Lokasi penelitian terbatas pada Coffee Shop di Yogyakarta sehingga generalisasi hanya berlaku di Yogyakarta, tidak untuk di lokasi lain.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses, sehingga hanya mampu menjelaskan 17,4% saja faktor yang mempengaruhi Kinerja Operasional.

5.3. Saran

1. Berdasarkan hasil analisis perolehan nilai koefisien determinasi (R^2) menyatakan variabel inovasi produk dan inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional sebesar 17,4%, hal ini berarti bahwa masih ada sekitar 82,6% variabel independen lain yang belum masuk dalam penelitian, sehingga diharapkan para peneliti selanjutnya untuk menambah variabel

independen lain yang belum dimasukkan dalam penelitian, dengan demikian dapat diketahui faktor lain yang juga turut memengaruhi kinerja operasional.

2. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas cakupan lokasi penelitian (untuk menguatkan generalisasi), serta mampu menyebutkan variabel/faktor lain yang mempengaruhi Kinerja Operasional.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Pervaiz K, & Shepherd, Charles D. 2010. *Innovation Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Al Mamary, Y. S. et al. 2014. "The Relationship between System Quality, Information Quality, and Organizational Performance". *International Journal of Knowledge and Research in Management & E-Commerce Vol.4, Issue 3*.
- Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2009. *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Baldwin, J.R. 1997. "The Importance of Research and Development for Innovation in Small and Large Canadian Manufacturing Firms" Paper No. 107, 11F0019MPE No. 107, ISSN: 1200-5223, ISBN: 0-660-17140-6, Statistics Canada, 24B, R.H., Coats Building Ottawa, K1A 0T6.
- Banker, R. D., G. Potter and R. G. Schroeder. 1993. "Reporting Manufacturing Performance Measures to Workers: An Empirical Study, *Journal of Management Accounting Research 5 (Fall):33-35*.
- Chou, S. F., Horng, J. S., Liu, C. H., Huang, Y. C., & Zhang, S. N. (2020). "The critical criteria for innovation entrepreneurship of restaurants: Considering the interrelationship effect of human capital and competitive strategy a case study in Taiwan". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 1-14.
- Chuang, S.-H., & Lin, H.-N. 2017. "Performance implications of information-value offering in e-service systems: Examining the resource-based perspective and innovation strategy". *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(1), 22–38.
- Cooper, Robert G. 2000. "Product Innovation and Technology Strategy". *Journal Research Technology Management*, Page. 38-41.
- Daft. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jilid 1. Edisi ke Sembilan Salemba Empat. Jakarta.
- Damanpour, F. 1989. *The relationship between organizational size and innovation. Paper presented at the annual meeting of the Academy of Management*. Washington, D.C.
- Damanpour, P. & Evan. W. M. 1990. "The adoption of innovation over time: Structural characteristics and performance of organizations". *Paper presented at the annual meeting of the Decision Science Institute*. San Diego.
- Dhewanto, W. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Drucker, P. F. 2014. *Innovation and Entrepreneurship Pratica and Principles*. New York: Harper & Row, Publisher, Inc.

- Ellitan et al. 2009. *Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmila, S. F. 2018. “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Pada UKM di Yogyakarta”. *Jurnal Strategi Inovasi*.
- Fathi, Ahmad *et al.* 2016. “The Mediating Role of Product and Process Innovations on The Relationship between Knowledge Management and Operation Performance in Manufacturing Company in Jordan”. *Business Process Management Journal*. Volume 23. Page 349-376.
- Gebauer, H., Worch, H., & Truffer, B. 2012. “Absorptive capacity, learning processes and combinative capabilities as determinants of strategic innovation”. *European Management Journal*, 30(1), 57–73.
- Gujarati, N. D. 2003. *Basic Econometrics*. 4th ed. New York: MccGraw-Hill Companies, Inc.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibie, I. A. 2016. “Ilham Habibie: Kesadaran UKM Berinovasi Masih Minim”, <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/09/21/oduwqr335-ilham-habibie-kesadaran-ukm-berinovasi-masih-minim>, 20-01-2021.
- Hallak at al. 2018. “Firm performance in the upscale restaurant sector: The effects of resilience, creative self-efficacy, innovation and industry experience”. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 229–240.
- Hassan, et al. 2013. “Effects of Innovation Types on Firm Performance: An Empirical Study on Pakistan’s Manufacturing Sector”. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 7(2), 243-262.
- Hartini, Sri. 2012. “Peran Inovasi: Pengemabngan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 14. Page. 63-90.
- Hurley, R. Hult, G. T. 1998. “Innovation Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Exemination”. *Journal of Marketing* Volume 62. Page. 22-54.
- Jahanshashi et al. 2012. “Analyzing The Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance: Evidence from Small and Medium Enterprises”. *African Journal of Business Management*. Volume 6. Page. 6486-6496.
- Jennings, P., & Beaver, G. (1997). “The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective”. *International Small Business Journal*, 15(2), 63–75. doi:10.1177/0266242697152004.
- Jogaratnam, G. 2017. “The effect of market orientation, entrepreneurial orientation and human capital on positional advantage: Evidence from the restaurant industry”. *International Journal of Hospitality Management*, 60, 104–113.

- Kim, W. C., & Mauborgne, R. A. 2017. "Blue ocean leadership (Harvard business review classics)". *Harvard Business Review Press*.
- Kusumawati, Ratna. 2010. "Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 5. Page. 53-64.
- Lukas, B. A. and Ferrel. 2000. "The Effect of Market Orientation on Product Innovation". *Academy of Marketing Science*. Volume 28. Page. 239-247.
- Lenny et al. 2007. "The Impact of Supply Chain Management Practices on Performance of SMEs". *Industrial Management & Data Systems*. Volume 107. Page. 103-124.
- Leonard, Barton, D. 1991. "The Role of Process Innovation and Adaptation in Attaining Strategic Technological Capability". *International Journal Technology Management, Special Issue on Manufacturing Strategy*. Volume 6. Page. 303-320.
- Mariano, S., & Walter, C. 2015. "The construct of absorptive capacity in knowledge management and intellectual capital research: Content and text analyses". *Journal of Knowledge Management*, 19(2), 372–400.
- Oukil, A., Channouf, N., & Al-Zaidi, A. (2016). "Performance evaluation of the hotel industry in an emerging tourism destination: The case of Oman". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29, 60–68.
- Polder, M. et al. 2010. "Product, Process and Organizational Innovation: Drivers, Complementarity and Productivity Effects". *International Journal of Innovation*.
- Prajogo, D, I. 2015. "The Strategic Fit between Innovation Strategies and Business Environment in Delivering Business Performance". *International Journal of Production Economics*. Page. 231-249.
- Robbins, Stephen, P. 1996. *Perilaku Organisasi Jilid II*. Jakarta: Alih Bahasa Hadayana Pujaatmaka, Prenhalindo.
- Robert B. Carton, Charles W. Hofer. 2006. *Measuring Organizational Performance: Metrics for Entrepreneurship and Strategic Management Research*. Edward Elgar Cheltenham, UK. Northampton, USA.
- Sahin, F., Robinson, E.P., 2002. "Flow coordination and informationsharing in supply chains: review, implications, and directions for future research". *Decision Sciences* 33 (4), 505–536.
- Samson, D., & Terziovski, M. 1999. *The relationship between total quality management practices and operational performance*. Monash University.
- Sekaran, U. & Bougie, R. 2014. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 4th Edition*. Wiley.
- Skokic, V., Lynch, P., & Morrison, A. 2016. "Hotel entrepreneurship in a turbulent environment". *International Journal of Hospitality Management*, 53, 1–11.

- Song, X & Parry Michael E. 1997. "The Determinants of Japanese New Product Success". *Journal of Marketing Research*, vol 34, Februari, pp 64-76.
- Tidd, J., at al. 2005. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons, West Sussex, England.
- Tjiptono, Fandy, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tsai, W. (2001). "Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance". *Academy of Management Journal*, 44(5), 996–1004.
- Utterback. J. M. & Abernathy, W. J. 1975. "A dynamic model of process and product innovation". *Omega*, 3: 639-656.
- Wahyono, W. 2002. "Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Industri Meubel di Kabupaten Jepara)". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1 (1): 23-40.
- Zahra, S, A. at al. 1993. "Innovation Strategy and Financial Performance in Manufacturing Companies: An Empirical Study Production and Operation Management". *International Journal of Innovation and Performance*. Page 7-15.

LAMPIRAN KUESIONER

Informasi dan Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner ini terdiri dari 4 bagian:

Bagian 1: Data Profil Usaha

Bagian 2: Kuesioner sebanyak 5 pernyataan mengenai Inovasi Produk

Bagian 3: Kuesioner sebanyak 5 pernyataan mengenai Inovasi Proses

Bagian 4: Kuesioner sebanyak 6 pernyataan mengenai Kinerja Operasional

Keterangan jawaban kuisioner:

1. Sangat Tidak Setuju (STS), Skor = 1

2. Tidak Setuju (TS), Skor = 2

3. Netral (N), Skor = 3

4. Setuju (S), Skor = 4

5. Sangat Setuju (SS), Skor = 5

Bagian 1. Data Profil Usaha

1. Nama Usaha :

2. Umur Usaha : < 3 Tahun

3 – 5 Tahun

> 5 Tahun

3. Jumlah Karyawan : <5 Orang

5 – 10 Orang

>10 Orang

4. Pendapatan per bulan : < 300 Juta Rupiah

300 Juta – 2,5 Milyar Rupiah

> 2,5 Milyar Rupiah

Bagian 2. Inovasi Produk

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Usaha kami mampu melakukan peniruan produk yang sudah ada.					
2	Usaha kami mampu mengembangkan produk baru.					
3	Usaha kami mampu melakukan inovasi.					
4	Usaha kami memiliki peluang berinovasi.					
5	Usaha kami menciptakan produk baru bagi unit usaha kami.					

Bagian 3. Inovasi Proses

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Usaha kami mampu melakukan inovasi pada proses aktivitas bisnis.					
2	Usaha kami memiliki tingkat fleksibilitas dalam memproses aktivitas bisnis.					

3	Usaha kami memiliki peluang dalam memperbaiki proses aktivitas bisnis.					
4	Usaha kami memiliki kecepatan dalam melakukan perubahan proses aktivitas bisnis.					
5	Usaha kami mampu memperbaiki proses aktivitas bisnis menjadi lebih baik.					

Bagian 4. Kinerja Operasional

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Usaha kami memiliki kualitas hasil produksi yang baik.					
2	Usaha kami memiliki ketepatan waktu dalam melakukan proses operasional bisnis.					
3	Usaha kami mampu memenuhi kebutuhan pasar.					
4	Usaha kami memiliki efisiensi dalam proses produksi.					
5	Usaha kami mampu meminimalisir kegagalan Operasional bisnis.					
6	Usaha kami mampu memberikan kepuasan dalam pencapaian kinerja operasi.					

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- **Validitas Variabel Inovasi Produk**

		Correlations					
		IPR1	IP R ²	IPR3	IPR4	IPR5	IPRTOTAL
IPR1	Pearson Correlation	1	.035	.225*	.429**	.285**	.598**
	Sig. (2-tailed)		.735	.027	.000	.005	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPR2	Pearson Correlation	.035	1	.247*	.185	.357**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.735		.015	.071	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPR3	Pearson Correlation	.225*	.247*	1	.168	.374**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.027	.015		.103	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPR4	Pearson Correlation	.429**	.185	.168	1	.167	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.071	.103		.104	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPR5	Pearson Correlation	.285**	.357**	.374**	.167	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.104		.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPRTOTAL	Pearson Correlation	.598**	.599**	.648**	.621**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	5

- **Validitas dan Reliabilitas Variabel Inovasi Proses**

Correlations

		IPS1	IPS2	IPS3	IPS4	IPS5	IPSTOTAL
IPS1	Pearson Correlation	1	-.065	.283**	.056	.297**	.486**
	Sig. (2-tailed)		.530	.005	.586	.003	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPS2	Pearson Correlation	-.065	1	.257*	.457**	.434**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.530		.012	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPS3	Pearson Correlation	.283**	.257*	1	.202*	.390**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.005	.012		.049	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPS4	Pearson Correlation	.056	.457**	.202*	1	.220*	.609**
	Sig. (2-tailed)	.586	.000	.049		.031	.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPS5	Pearson Correlation	.297**	.434**	.390**	.220*	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.031		.000
	N	96	96	96	96	96	96
IPSTOTAL	Pearson Correlation	.486**	.663**	.679**	.609**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.630	5

- **Validitas dan Reliabilitas Variabel Kinerja Operasional**

		Correlations						
		KIN1	KIN2	KIN3	KIN4	KIN5	KIN6	KINTOTAL
KIN1	Pearson Correlation	1	.017	.196	.213*	.034	.209*	.450**
	Sig. (2-tailed)		.866	.056	.037	.744	.041	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
KIN2	Pearson Correlation	.017	1	.221*	.223*	.380**	.245*	.600**
	Sig. (2-tailed)	.866		.030	.029	.000	.016	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
KIN3	Pearson Correlation	.196	.221*	1	.300**	.347**	.342**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.056	.030		.003	.001	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
KIN4	Pearson Correlation	.213*	.223*	.300**	1	.172	.118	.585**
	Sig. (2-tailed)	.037	.029	.003		.094	.250	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
KIN5	Pearson Correlation	.034	.380**	.347**	.172	1	.161	.606**
	Sig. (2-tailed)	.744	.000	.001	.094		.118	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
KIN6	Pearson Correlation	.209*	.245*	.342**	.118	.161	1	.586**
	Sig. (2-tailed)	.041	.016	.001	.250	.118		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
KINTOTAL	Pearson Correlation	.450**	.600**	.686**	.585**	.606**	.586**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	6

Lampiran 2. Tabulasi Data Profil Responden

No	Usia Usaha	Jumlah Karyawan	Pendapatan Per Tahun
1	< 3 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
2	< 3 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
3	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
4	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
5	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
6	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
7	3 - 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
8	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
9	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
10	< 3 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
11	> 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
12	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
13	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
14	> 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
15	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
16	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
17	3 - 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
18	> 5 Tahun	<5	< 300 Juta Rupiah
19	> 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
20	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
21	3 - 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
22	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
23	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
24	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
25	3 - 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
26	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
27	> 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
28	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
29	> 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
30	3 - 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
31	> 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
32	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
33	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
34	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
35	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah

36	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
37	3 - 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
38	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
39	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
40	3 - 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
41	> 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
42	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
43	3 - 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
44	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
45	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
46	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
47	3 - 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
48	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
49	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
50	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
51	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
52	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
53	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
54	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
55	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
56	3 - 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
57	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
58	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
59	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
60	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
61	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
62	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
63	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
64	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
65	3 - 5 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
66	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
67	> 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
68	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
69	< 3 Tahun	< 5	< 300 Juta Rupiah
70	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
71	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
72	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
73	> 5 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah
74	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah

75	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
76	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
77	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
78	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
79	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
80	< 3 Tahun	<5	< 300 Juta Rupiah
81	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
82	< 3 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
83	> 5 Tahun	<5	< 300 Juta Rupiah
84	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
85	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
86	3 - 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
87	> 5 Tahun	>10	< 300 Juta Rupiah
88	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
89	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
90	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
91	> 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
92	3 - 5 Tahun	<5	< 300 Juta Rupiah
93	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
94	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
95	3 - 5 Tahun	5 - 10	< 300 Juta Rupiah
96	< 3 Tahun	5 - 10	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah



Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel

1. Variabel Inovasi Produk

No	IPR1	IPR2	IPR3	IPR4	IPR5	IPRTOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	4	5	4	22
17	5	4	4	5	4	22
18	4	5	4	5	5	23
19	4	5	4	5	4	22
20	4	4	5	4	5	22
21	5	4	5	4	5	23
22	5	4	5	4	5	23
23	5	4	5	5	4	23
24	5	5	4	4	5	23
25	5	4	5	4	5	23
26	5	4	5	4	5	23
27	5	4	5	4	5	23
28	5	4	5	5	4	23
29	5	4	5	4	5	23
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	4	4	5	23
32	4	4	5	4	5	22
33	5	4	5	5	5	24
34	4	5	4	5	5	23

35	5	4	5	5	5	24
36	5	5	4	4	5	23
37	5	5	4	4	5	23
38	4	5	4	5	4	22
39	4	4	5	5	4	22
40	5	4	5	4	5	23
41	4	5	5	4	5	23
42	5	4	4	5	5	23
43	5	4	3	4	4	20
44	5	5	5	4	4	23
45	5	4	4	5	5	23
46	5	4	4	5	4	22
47	4	5	5	4	5	23
48	4	5	4	4	4	21
49	5	4	4	4	5	22
50	4	5	4	5	4	22
51	5	5	5	4	4	23
52	5	5	4	5	4	23
53	5	4	4	5	5	23
54	4	4	5	5	5	23
55	5	4	4	5	5	23
56	5	4	4	5	5	23
57	5	5	4	4	5	23
58	4	5	4	4	5	22
59	5	4	4	4	4	21
60	4	5	5	4	4	22
61	5	4	5	4	4	22
62	5	4	5	5	4	23
63	5	5	4	5	4	23
64	4	5	4	4	5	22
65	5	4	5	5	5	24
66	4	4	5	4	4	21
67	5	4	4	5	4	22
68	4	4	4	4	5	21
69	5	4	5	5	4	23
70	5	5	5	5	5	25
71	5	4	4	5	4	22
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	5	4	5	23

74	5	5	5	5	5	25
75	4	5	5	3	4	21
76	5	3	4	5	4	21
77	5	5	4	5	5	24
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	4	20
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	25



2. Variabel Inovasi Proses

No	IPS1	IPS2	IPS3	IPS4	IPS5	IPSTOTAL
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	3	3	3	3	3	15
12	4	5	5	5	5	24
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	4	5	4	22
15	4	5	4	5	5	23
16	4	5	5	5	4	23
17	5	4	4	4	4	21
18	5	4	5	4	5	23
19	5	5	4	4	5	23
20	5	5	4	4	5	23
21	4	5	4	5	5	23
22	5	4	5	4	5	23
23	5	4	4	5	4	22
24	4	5	4	5	5	23
25	4	5	4	5	5	23
26	5	5	4	4	5	23
27	5	5	4	5	4	23
28	5	5	4	5	4	23
29	4	5	4	5	4	22
30	4	5	5	5	5	24
31	5	4	4	4	5	22
32	5	4	5	4	5	23
33	4	5	5	5	4	23
34	5	4	5	5	5	24
35	5	4	5	5	5	24
36	5	4	5	4	4	22

37	5	5	4	5	4	23
38	5	5	5	4	5	24
39	5	4	5	4	4	22
40	5	4	4	5	4	22
41	4	5	5	5	5	24
42	4	5	5	4	4	22
43	5	4	4	5	4	22
44	4	5	4	5	4	22
45	5	4	4	4	5	22
46	4	5	4	4	4	21
47	4	5	4	4	5	22
48	4	5	4	5	5	23
49	4	5	5	5	5	24
50	5	4	5	4	5	23
51	5	4	4	5	4	22
52	5	5	5	5	5	25
53	5	4	5	5	5	24
54	5	4	4	5	5	23
55	4	5	5	4	5	23
56	4	4	5	5	5	23
57	5	5	4	4	5	23
58	5	4	5	4	4	22
59	5	4	4	4	5	22
60	4	5	4	5	5	23
61	5	4	4	5	4	22
62	4	4	4	5	4	21
63	5	4	4	5	4	22
64	5	4	4	5	5	23
65	5	4	4	4	5	22
66	5	4	5	4	4	22
67	4	5	5	5	5	24
68	5	4	5	5	4	23
69	4	4	4	5	4	21
70	4	5	5	5	5	24
71	5	4	5	4	5	23
72	5	4	5	4	4	22
73	5	4	4	5	5	23
74	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	25

76	5	5	4	4	5	23
77	5	5	4	5	5	24
78	5	4	5	4	5	23
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	4	20
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	4	4	5	4	4	21
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	25



3. Variabel Kinerja Operasional

No	KIN1	KIN2	KIN3	KIN4	KIN5	KIN6	KINTOTAL
1	4	4	4	4	4	5	25
2	4	4	5	4	4	4	25
3	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	4	4	4	4	25
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	4	4	4	4	4	25
8	4	4	4	4	5	4	25
9	4	4	4	5	4	4	25
10	4	4	4	4	5	4	25
11	4	4	4	5	4	4	25
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	4	4	4	4	4	25
14	4	4	4	4	5	4	25
15	4	5	5	4	5	5	28
16	5	4	5	5	5	5	29
17	5	4	4	4	5	5	27
18	5	5	4	5	5	4	28
19	5	4	4	4	4	4	25
20	4	4	5	5	5	4	27
21	4	5	4	5	5	4	27
22	4	5	4	4	5	5	27
23	4	5	5	5	4	5	28
24	5	4	5	5	4	5	28
25	5	4	5	4	5	5	28
26	5	5	4	4	5	4	27
27	4	5	4	4	4	4	25
28	5	4	4	5	5	4	27
29	5	4	5	4	5	5	28
30	5	4	4	5	4	5	27
31	4	4	5	5	5	5	28
32	5	4	5	4	5	5	28
33	5	5	4	4	5	4	27
34	5	4	5	5	4	5	28
35	4	5	4	4	4	5	26
36	4	5	5	4	5	4	27

37	5	4	5	4	4	4	26
38	5	5	5	4	5	5	29
39	5	4	5	4	4	5	27
40	4	4	5	4	3	5	25
41	5	4	5	4	5	5	28
42	5	5	4	4	4	5	27
43	5	4	4	5	4	4	26
44	5	4	4	4	5	4	26
45	5	4	4	5	4	5	27
46	5	4	5	4	4	4	26
47	4	4	4	3	5	5	25
48	5	4	4	4	4	5	26
49	5	4	5	5	5	4	28
50	5	4	5	5	4	4	27
51	5	4	5	4	5	5	28
52	5	4	5	4	4	4	26
53	5	4	5	4	5	5	28
54	5	5	4	4	4	5	27
55	5	5	5	4	5	4	28
56	5	4	4	4	4	5	26
57	5	4	4	5	4	5	27
58	5	4	5	4	4	5	27
59	5	4	4	5	5	5	28
60	4	5	5	4	5	4	27
61	5	5	4	4	4	5	27
62	4	5	4	5	5	4	27
63	4	4	5	5	5	4	27
64	5	4	5	5	4	4	27
65	5	5	5	4	5	5	29
66	5	4	4	5	4	4	26
67	5	5	5	5	4	4	28
68	5	5	4	5	4	4	27
69	5	4	4	5	4	5	27
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	4	5	5	5	4	28
72	5	4	4	5	4	4	26
73	5	4	5	5	5	4	28
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	4	4	5	4	27

76	4	4	4	4	5	4	25
77	4	5	5	5	5	5	29
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	4	4	4	4	4	25
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	5	5	5	5	5	29
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30



Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.57984303
	Absolute	.122
Most Extreme Differences	Positive	.091
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.196
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

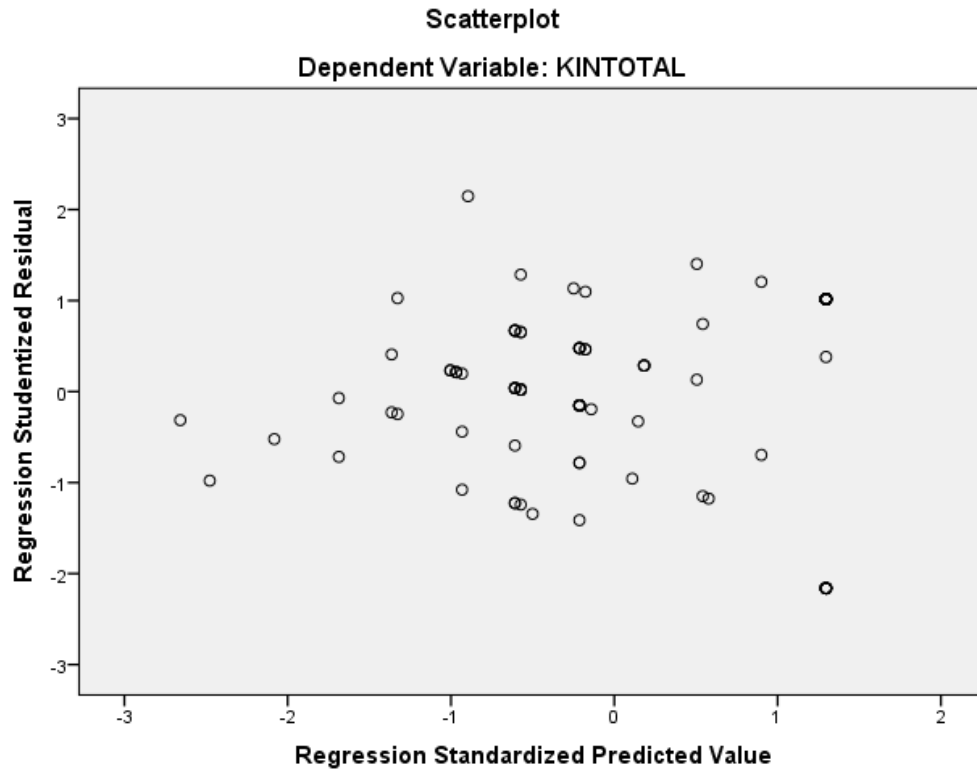
- **Uji Multikolinearitas**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	13.910	2.887		4.818	.000		
	IPSTOTAL	.304	.117	.272	2.599	.011	.796	1.256
	IPRTOTAL	.276	.120	.241	2.308	.023	.796	1.256

a. Dependent Variable: KINTOTAL

- Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5. Hasil Regresi

- **Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.910	2.887		4.818	.000
1 IPSTOTAL	.304	.117	.272	2.599	.011
IPRTOTAL	.276	.120	.241	2.308	.023

a. Dependent Variable: KINTOTAL

- **KOEFISIEN DETERMINASI PARSIAL R²**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.437 ^a	.191	.174	1.597

a. Predictors: (Constant), IPRTOTAL, IPSTOTAL

b. Dependent Variable: KINTOTAL

Lampiran 6. Hasil Uji T dan Uji F

- Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.910	2.887		4.818	.000
1 IPSTOTAL	.304	.117	.272	2.599	.011
IPRTOTAL	.276	.120	.241	2.308	.023

a. Dependent Variable: KINTOTAL

- Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.045	2	28.023	10.991	.000 ^b
	Residual	237.111	93	2.550		
	Total	293.156	95			

a. Dependent Variable: KINTOTAL

b. Predictors: (Constant), IPRTOTAL, IPSTOTAL