

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Pada

Coffee Shop di Yogyakarta

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Dwiki Kurniawan

Nim : 17311081

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

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 Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Dwiki Kurniawan

Nim : 17311081

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

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, 2021

Penulis,



Dwiki Kurniawan

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja

Operasional *CoffeeShop* di Yogyakarta

SKRIPSI

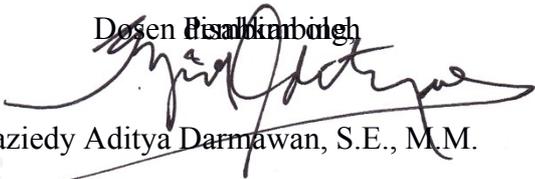
Oleh:

Nama : Dwiki Kurniawan
NIM : 1731081
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

Yogyakarta, 10 Agustus

2021 Telah disetujui dan

Dosen Pembimbing


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

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna

memperoleh gelar sarjana strata - I di Program Studi Manajemen,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Dwiki Kurniawan

NIM : 1731081

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 2021

Disahkan oleh :

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

Penguji : Al Hasin, Drs., MBA.



Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

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

Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

***Coffee Shop* di Yogyakarta**

Dwiki Kurniawan

17311081@students.uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam

Indonesia, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional *Coffee Shop* di Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional *coffee shop* di Yogyakarta. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang dilakukan kepada para pelaku usaha dari *coffee shop* yang berada di Yogyakarta sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini alat uji analisis menggunakan SPSS. Hasil uji dan analisis data pada penelitian ini ditemukan bahwa adanya pengaruh positif dari inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional *coffee shop*.

Kata Kunci: *Inovasi Produk, Inovasi Proses, Kinerja Operasional*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, atas izin Allah SWT, penulis dimudahkan dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional *Coffee Shop* di Yogyakarta”. Penulis mengucapkan terimakasih yang dukungan dan doa yang telah diberikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rizki dan rahmat serta memudahkan langkah saya dalam mengerjakan skripsi ini dengan lancar hingga selesai
2. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua dan kakak yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga saya dapat mengerjakan skripsi dengan baik
3. Bapak Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi,
4. Bapak Abdur Rafik, SE., MBA. selaku Dosen Pembimbing Akademik,
5. Sahabat dan teman-teman saya, terutama anak anak kontrakan fathonah dan teman teman buber hyatt yang senantiasa memberikan bantuan dan dukungannya selama saya mengerjakan skripsi
6. Teman-teman satu bimbingan, terutama Fuad Darmawan, Rizqa Mutiara, Firman Agum yang senantiasa membantu serta mendukung saya dalam mengerjakan skripsi
7. Teman-teman perkuliahan.

Semoga Allah SWT dapat melimpahkan rahmat dan berkah kepada saudara yang telah membantu dan mendukung saya. Dalam penulisan ini penulis menyadari masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis mohon maaf atas kekurangan yang penulisi miliki.

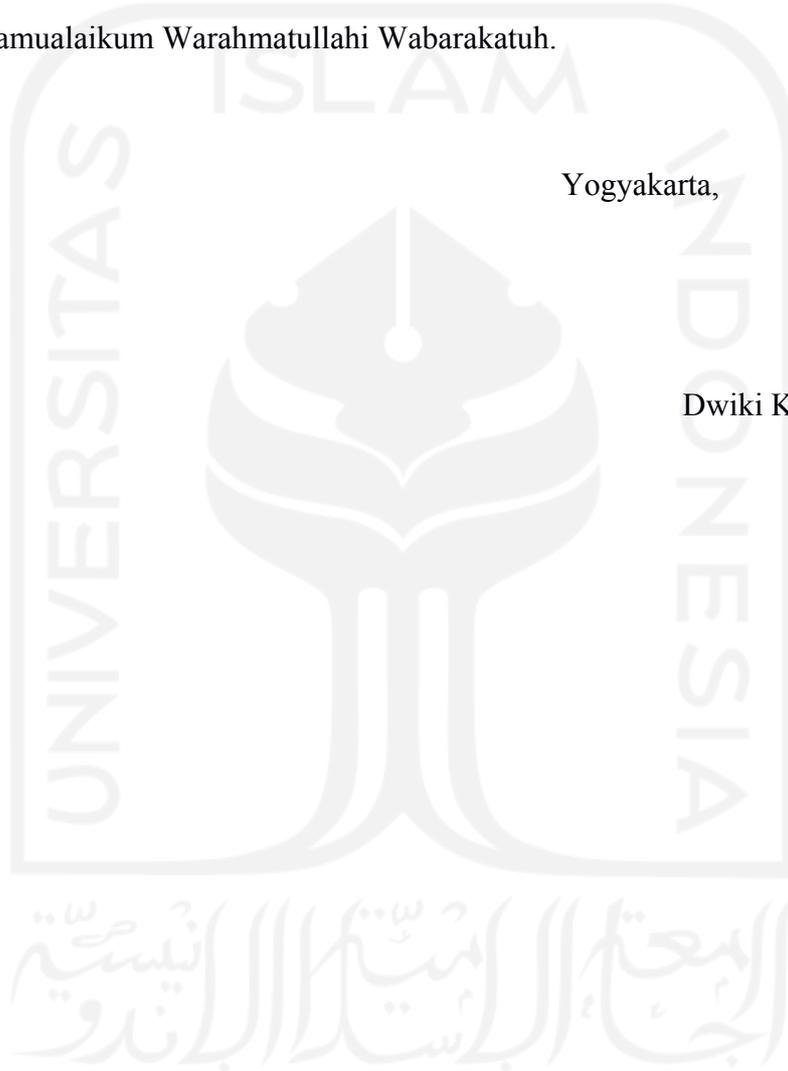
Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta,

2021

Penulis,

Dwiki Kurniawan



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah.....	7
3. Tujuan Penelitian.....	7
4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
1. Landasan Teori.....	10
2. Penelitian Terdahulu.....	15
3. Hubungan Antar Variabel.....	17

4. Kerangka Penelitian.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
1. Lokasi Penelitian.....	19
2. Populasi dan Sampel.....	19
3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	20
4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	21
5. Uji Instrumen Penelitian.....	23
6. Metode Analisis Data.....	24
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	28
4.2. Metode Analisis Data.....	30
4.3. Pembahasan.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1. Kesimpulan.....	45
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	45
5.3. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Hasil Uji Validitas.....	28
4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	29
4.3. Responden Berdasarkan Jabatan.....	30
4.4. Responden Berdasarkan Usia Usaha.....	31
4.5. Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	31
4.6. Responden Berdasarkan Pendapatan Per-tahun.....	32
4.7. Penilaian Variabel Inovasi Produk.....	34
4.8 Penilaian Variabel Inovasi Proses.....	34
4.9. Penilaian Variabel Kinerja <i>Coffee Shop</i>	35
4.10. Hasil Uji Normalitas.....	36
4.11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	37
4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	37
4.13. Hasil Regresi Linear Berganda.....	38
4.14. Hasil Uji T.....	39
4.15. Hasil Uji F.....	41
4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi R	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1. Kerangka Penelitian	18



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN	54
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	58
Lampiran 3: Tabulasi Data Profil Responden.....	61
Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel.....	66
Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik.....	73
Lampiran 6: Hasil Regresi.....	75

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Persaingan bisnis pada akhir-akhir ini sangat ketat yang mana menuntut perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan hasil yang terbaik dengan menerapkan strategi bisnis dan bermacam macam inovasi dalam menghadapi persaingan pada lingkungan bisnis. Termasuk persaingan pada bisnis kuliner yang mana banyak ditemukan di sekitar kita dalam bentuk perusahaan besar maupun kecil. Berkaitan dengan banyaknya pelaku bisnis yang bergerak pada bidang ini perusahaan harus mampu mengembangkan produknya agar dapat bersaing dan memiliki keunggulan pada produk.

Kopi telah menjadi komoditas penting yang menjanjikan, dapat dilihat sepanjang tahun 2019 produksi kopi dunia mencapai 10,4 juta ton sedangkan konsumsi mencapai hingga 10,16 juta ton. Dalam hal ini Indonesia ikut menyumbang sebagai produsen kopi sebesar 722,4 ribu ton (6,94%) dari pangsa pasar. Dengan jumlah ini Indonesia dapat berdiri pada posisi ketiga dalam produksi kopi dunia. Yang mana Brazil masih menjadi peringkat pertama dengan 3,56 juta ton (34,2%), lalu diikuti Vietnam pada posisi kedua dengan 1,62 juta ton (15,5%) produksi kopi.

Tren bisnis *Coffee Shop* yang terjadi di Indonesia belakangan ini telah menyebabkan banyak pihak yang mendirikan bisnis ini dari yang kecil maupun

besar. Definisi dari *Coffee Shop* ialah, sebuah warung yang menjual minuman dan makanan khususnya kopi serta menyediakan makanan kecil atau snacks dengan tempat dan fasilitas yang menarik. Di Indonesia saja jumlah warung kopi pada Tahun 2019 sudah mencapai ribuan gerai warung kopi. Tren ini juga terjadi di Yogyakarta yang mana sangat mudah kita temukan hampir di setiap sudut kota.

Dengan semakin berkembangnya suatu bidang bisnis seperti *Coffee Shop* pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang kompetitif. Dalam persaingan yang ketat perusahaan harus memiliki daya saing, salah satunya adalah inovasi produk. Menurut Hills (2008) menjelaskan bahwa inovasi merupakan ide, praktik atau objek yang dianggap baru oleh seseorang atau pengguna lainnya. Inovasi produk juga dapat dilakukan dengan menciptakan berbagai desain produk sehingga dapat meningkatkan alternatif pilihan dan meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya kualitas produk dapat sesuai dengan harapan pelanggan. (Prajogo & Sohal, 2003).

Dalam upaya mencapai inovasi yang baik, suatu perusahaan harus memahami kegiatan operasi dengan baik. Operasi didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang mengelola faktor-faktor produk untuk menciptakan produk dalam bentuk barang atau jasa agar memiliki nilai tambah melalui proses transformasi Utama, R. D. (2019). Faktor tersebut merupakan bahan-bahan, sumber daya manusia, sumber daya modal, bahkan informasi, dan waktu. Dengan operasi yang baik maka dapat menciptakan sebuah inovasi yang merupakan penciptaan produk baru atau yang ditingkatkan secara signifikan dalam bentuk barang atau

jasa, proses, metode pemasaran baru, atau metode organisasi baru dalam bisnis (OECD, 2005)

Keinginan pasar terhadap suatu produk akan selalu berubah dan berkembang sehingga perusahaan perlu melakukan inovasi terhadap produknya. Karena Inovasi produk adalah salah satu cara yang memungkinkan untuk dilakukan agar produk yang lebih baik dapat ditawarkan yang ada di pasaran serta menawarkan lebih banyak fungsi atau bekerja lebih baik (Meeus, 2006). Menurut Maier *et al.* (2013) dengan perusahaan melakukan inovasi produk akan memperoleh keunggulan kompetitif dengan meningkatkan kualitas, produksinya, serta variasi barang yang memungkinkan untuk menumbuhkan permintaan dan membuka peluang pertumbuhan baru.

Pentingnya inovasi produk bagi perusahaan dalam membantu untuk berkembang juga dibarengi dengan risiko yang tinggi bagi perusahaan karena kemungkinan terjadi kegagalan pada perusahaan dalam berinovasi. Inovasi dan pengembangan produk yang baru serta lebih baik sangat penting kelangsungan hidup dan kemakmuran perusahaan modern (Griffin, 1997). Dengan risiko yang tinggi pastinya sebuah inovasi produk sangat baik untuk perusahaan pada masa yang akan datang dalam menghadapi perkembangan zaman.

Menurut Reguia (2014) Inovasi produk adalah pengembangan produk baru, membuat perubahan pada desain produk dan penggunaan Teknik baru pada produk. Dalam menerapkan inovasi produk yang baik, perusahaan perlu mengetahui kebutuhan konsumen agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen. Oleh karena itu proses inovasi terhadap produk menjadi hal yang

penting. Ada 4 tahap proses inovasi menurut De Jong dan Den Hartog (2003) yaitu melihat kesempatan, mengeluarkan ide, mengimplementasikan ide, serta menghasilkan ide.

Proses inovasi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh industri atau organisasi, Suatu inovasi proses menjadi siklus dan berlangsung terus menerus pada operasional perusahaan. Inovasi proses dapat menjadi pendorong kinerja perusahaan dan sarana strategis yang penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan (Reichstein & Salter, 2006). Selain meningkatkan posisi kompetitif perusahaan menurut Abdallah & Phan (2007) Inovasi proses juga untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas kegiatan produk, serta meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya unit produksi.

Inovasi produk dan inovasi proses membutuhkan keterampilan yang berbeda untuk dapat diimplementasikan. Inovasi produk membutuhkan penilaian langsung dari kebutuhan pelanggan, desain dan produksi. Sedangkan proses inovasi dikaitkan dengan penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam pengembangan dan komersialisasi produk. Inovasi cenderung lebih mudah beradaptasi dengan inovasi proses, karena lebih mudah diamati dan menguntungkan (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001). Proses inovasi mengacu pada modifikasi rutinitas seperti pertukaran material dan perubahan dalam operasi (Knight, 1967).

Inovasi proses menjadi semakin penting akhir akhir ini bagi perusahaan karena inovasi proses terlibat dalam produksi dan industri ataupun perbaikan yang mencakup beberapa aktivitas seperti akuntansi, pembelian, dan pemeliharaan

(Polder *et al*, 2010). Inovasi proses dapat menjadi saran untuk meningkatkan kualitas dan juga penghematan biaya. Industri ini mencerminkan bahwa menerapkan proses inovasi dapat meningkatkan efisiensi produk dan kualitas produk yang dihasilkan.

Strategi inovasi yang diterapkan oleh perusahaan dapat menjadi pengaruh terhadap kinerja operasional. Kinerja merupakan hasil yang diinginkan dari perilaku. Kinerja operasional merupakan hasil yang diinginkan perusahaan dari perilaku orang-orang didalamnya. Perusahaan dapat mengukur kinerja operasional dengan melihat tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, biaya jaminan, biaya kualitas dan tingkat penyampaian produk kepada konsumen tepat waktu.

Kinerja juga dapat berfungsi sebagai peranan strategis dalam membangun dan mempertahankan daya saing perusahaan. Menurut Flynn *et al*, (2010) kinerja operasional dapat menjadi perbaikan organisasi dalam menghadapi lingkungan persaingan yang berubah-ubah. Maka untuk mendapatkan kinerja yang baik perusahaan harus dapat menerapkan inovasi produk dan proses dengan baik. Kinerja yang tepat dapat diukur berdasarkan hasil penerapan operasi dan bisnis, dinilai berdasarkan biaya, kualitas, delivery, fleksibilitas, dan inovasi (Schroeder, 1993).

Pengembangan Inovasi dapat berpengaruh terhadap kinerja operasi perusahaan. Kemp *et al*, (2003) menjelaskan bahwa ada perbedaan proses inovasi antara perusahaan kecil, menengah, dan besar serta ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Sharma & Fisher (1997), telah

menguji pengaruh strategi fungsi fungsional yang berupa strategi produktivitas, inovasi, teknologi, pemasaran, organisasional, dan keuangan terhadap daya saing perusahaan yang ditunjukkan dengan kinerja perusahaan.

Studi tentang pengaruh inovasi produk dan proses terhadap kinerja pada industri tekstil dalam segmen industri global yang telah dilakukan oleh Padilha dan Gomes (2016). Pada studi yang dilakukan ini membahas tentang pengaruh budaya inovasi terhadap kinerja inovasi produk dan proses perusahaan. Pada studi ini juga dijelaskan beberapa model untuk mendeskripsikan budaya inovasi seperti strategi, struktur, mekanisme pendukung, perilaku, komunikasi. Model ini dapat menjadi cara agar inovasi dapat di analisis dengan baik.

Pada studi ini juga menunjukkan bahwa inovasi dapat berkontribusi dalam menciptakan kinerja operasional serta mempengaruhi budaya organisasinya. Dijelaskan juga bahwa budaya inovasi dapat berpengaruh positif terhadap kinerja dalam inovasi produk dan proses. Dengan ini perusahaan tekstil dalam berusaha untuk mengembangkan strategi yang berbeda serta menggunakan inovasi agar tetap kompetitif dan bersaing dengan pasar. Ditemukan hasil bahwa ukuran organisasi tidak mempengaruhi hasil inovasi (Damanpour, 1996). Jadi saran pada studi ini kepada perusahaan dapat melakukan inovasi dengan baik tanpa harus mempertimbangkan ukuran organisasi untuk mendapatkan kinerja operasional yang efektif.

Penelitian ini menarik dilakukan karena dilakukan karena penelitian tentang inovasi dengan objek UMKM khususnya *Coffee Shop* jumlahnya masih sangat terbatas. Pada akhir akhir ini diketahui usaha *Coffee Shop* menjadi suatu

bisnis yang banyak diminati oleh kalangan masyarakat. Merambahnya *Coffee Shop* pada minat masyarakat, membuat bisnis sangat banyak dan mudah ditemukan di lingkungan sekitar. Namun masih banyak dari bisnis *Coffee Shop* ini yang belum menerapkan inovasi pada produk dan proses yang mempengaruhi kinerja operasionalnya. Sehingga jika penelitian ini dilakukan diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada *Coffee Shop* dalam menerapkan inovasi produk dan proses agar menghasilkan kinerja operasional yang baik.

Berdasar uraian diatas, penelitian ini dilakukan lebih lanjut untuk mendapatkan bukti secara empiri yang sama namun dengan penerapan, populasi, waktu dan tempat yang berbeda agar dapat memberikan hasil yang sama dengan mengangkat judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Pada *Coffee Shop* di Yogyakarta”**.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan saya angkat pada penelitian ini yaitu, Apakah inovasi produk dan inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional pada bisnis *Coffee Shop* di Yogyakarta?

Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional pada *Coffee Shop* di Yogyakarta?
2. Apakah inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional pada *Coffee Shop* di Yogyakarta?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui secara empiri mengenai :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional pada *Coffee Shop* di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional pada *Coffee Shop* di Yogyakarta.

4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan bidang kajian Manajemen Operasi terutama mengenai studi pengeruh inovasi produk dan proses terhadap kinerja bisnis agar dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan terkait topik dalam penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan dan wawasan dalam memahami inovasi produk, inovasi proses dan kinerja operasional pada perusahaan secara langsung.

2. Bagi Pembaca

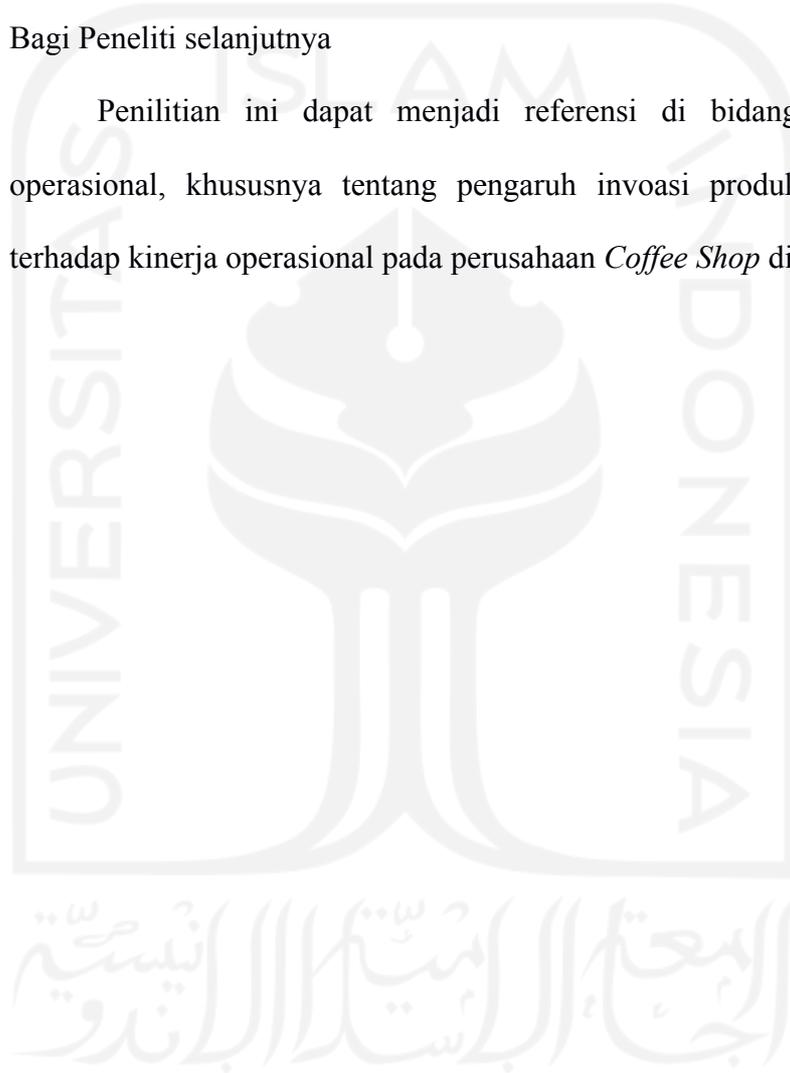
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam memahami ilmu tentang inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional pada perusahaan

3. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dijadikan sebagai acuan untuk mengevaluasi kinerja bisnis pada perusahaannya dalam menerapkan inovasi produk dan inovasi proses. Perusahaan diharapkan dapat memperoleh masukan dan manfaat dari inovasi produk dan proses.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi di bidang manajemen operasional, khususnya tentang pengaruh inovasi produk dan proses terhadap kinerja operasional pada perusahaan *Coffee Shop* di Yogyakarta.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1. Landasan Teori

a. Inovasi Produk

Inovasi merupakan pengenalan produk baru dalam bentuk barang atau jasa atau yang ditingkatkan secara signifikan saling terhubung dengan karakteristik atau tujuan penggunaan (OECD, 2005). Menurut Huang K (2015) Inovasi adalah proses untuk menciptakan, memperoleh, berbagi, dan memanfaatkan pengetahuan untuk mengembangkan kinerja dan pembelajaran organisasi. Kemampuan inovasi ini dapat memfasilitasi perusahaan untuk memperkenalkan produk baru dengan cepat. Selain memperkenalkan produk baru, Karabulut. A. T. (2015) menjelaskan bahwa inovasi produk juga sebagai pengembangan model baru dari produk yang sudah ada pada perusahaan untuk digunakan sebagai tujuan yang berbeda. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Inovasi pada dasarnya dibutuhkan oleh perusahaan sebagai pengembangan pada dunia bisnis dan perubahan lingkungan di era globalisasi ini agar perusahaan tetap dapat bertahan. Menurut Meeus (2006) inovasi produk adalah salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menawarkan produk yang lebih baik kepada pasar, dalam arti menawarkan lebih banyak fungsi dan bekerja lebih baik.

Melalui inovasi produk, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan membedakan produksinya dan meningkatkan kualitas serta variasi barang untuk meningkatkan permintaan dan membuka pertumbuhan baru (Maier, 2013).

Inovasi produk sendiri memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan merancang dan memperkenalkan produk baru ke pasar, sehingga akan timbul keinginan dari pasar untuk membeli produk tersebut. Selain untuk memperkenalkan suatu produk baru ke pasar, inovasi produk juga dapat sebagai peningkatan kualitas produk. Menurut Dhewanto (2015) bahwa inovasi produk tidak hanya menemukan produk baru tetapi juga harus memberikan nilai lebih kepada produk. Jika hanya menemukan sebuah produk baru tetapi tidak ada nilainya, maka produk tersebut akan sulit untuk dilakukan inovasi produk seiring waktu. Inovasi produk dapat mencakup perubahan desain yang pada gilirannya menyebabkan perubahan penting dalam penggunaan atau fitur suatu produk (OECD, 2005). Inovasi produk maupun inovasi proses yang tinggi akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk yang berkualitas (Hartini, 2012).

Memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produk yang sudah ada dapat disebut sebagai inovasi produk (Chang *et Al.*, 2012). Menurut Dewi (2011) inovasi produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan selera konsumen dan meningkatkan penjualan. Dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis menurut Hurley dan Hult (1998) inovasi produk yaitu mekanisme

perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, sehingga perusahaan mampu menciptakan pemikiran baru, gagasan baru, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.

Untuk melakukan inovasi produk ini bukan kegiatan yang mudah karena dipengaruhi oleh beberapa aspek. Maka dalam menentukan inovasi produk perlu mempertimbangkan beberapa hal agar memiliki peluang sukses yang besar, antara lain melakukan riset pasar dan kebutuhan konsumen, menyelidiki kekuatan dan kelemahan perusahaan, mendapatkan inspirasi dan menghasilkan ide produk baru, pemilihan ide yang menjanjikan untuk produk dan rumusan untuk pengembangan lebih lanjut (Maier, 2014). Inovasi produk ini berperan penting sehingga memungkinkan perusahaan untuk dapat berkembang melalui produk yang dihasilkan.

b. Inovasi Proses

Inovasi terjadi sebagai hasil dari penggabungan pengetahuan baru dengan pengetahuan yang ada untuk mengkonfigurasi ulang kapabilitas dan kompetensi organisasi, menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah (Al-Sa'di, A. F. *et al.*, 2017). Inovasi proses adalah implementasi metode produksi atau pengiriman baru atau yang ditingkatkan secara signifikan (Rajapathirana & Hui, 2017). Proses sendiri diperlukan untuk memberikan produk baru atau layanan yang dilakukan kepada pelanggan. Karena hal itu, inovasi proses harus menghasilkan produk yang memungkinkan secara signifikan meningkatkan nilai untuk disampaikan kepada pemangku kepentingan (Savitz, *et al.*, 2000).

Inovasi proses merupakan elemen penting bagi perusahaan dalam bersaing kompetitif terhadap lingkungan bisnis. Karena inovasi proses ini saling berkaitan dengan seluruh aktivitas yang ada pada perusahaan. Menurut Cooper (1988), inovasi proses menggambarkan perubahan cara organisasi dalam memproduksi produk dan jasa dari suatu perusahaan. Inovasi proses juga dapat di definisikan sebagai penerapan metode produksi atau pengiriman yang baru ataupun lebih baik yang terdiri dari perubahan teknik, peralatan, dan perangkat lunak (OECD, 2005). Menurut Polder *et al.* (2010), menjelaskan bahwa inovasi proses melibatkan perbaikan dalam metode logistik dan produksi yang mencakup beberapa aktifitas seperti akuntansi, komputasi, pembelian, dan pemeliharaan. Inovasi proses ini dapat menjadi langkah bagi perusahaan dalam mencapai kinerja yang baik dengan memperhatikan dari proses kerjanya.

Tujuan utama dari inovasi produk di dalam suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai yang terkandung di dalam produk dan memberikan efisiensi yang lebih tinggi terhadap produk tersebut (Polder *et al.*, 2010). Selain itu, inovasi produk dapat dicapai dan digunakan dengan memanfaatkan teknologi maupun pengetahuan baru atau bisa dengan menggabungkan teknologi dan pengetahuan baru dengan teknologi dan pengetahuan yang sudah ada (Gunday, *et al.*, 2011).

Menurut Hassan *et al.* (2013) Organisasi atau perusahaan menggunakan inovasi proses bertujuan untuk menghasilkan produk inovatif dan produk yang baru. Selain itu, inovasi proses juga bertujuan sebagai efisiensi produksi dengan mengurangi biaya dan waktu produksi yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh Evangelista & Vezzani, (2010) bahwa

inovasi proses dapat mempengaruhi kinerja dengan meningkatnya kinerja melalui efisiensi-produktivitas yang diperoleh dengan memperkenalkan cara produksi yang lebih efektif pada pengurangan waktu respon, peningkatan kualitas, dan pengurangan biaya. Inovasi proses ditujukan untuk menurunkan biaya unit dalam produksi atau pengiriman, untuk meningkatkan kualitas, dan juga untuk menghasilkan agar dapat ditingkatkan secara signifikan dalam produk. Karabulut A. T. (2015) menegaskan bahwa inovasi proses sebagai pengendalian dalam penggunaan biaya selama proses produksi untuk mencapai penggunaan biaya yang lebih efisien.

Menurut Ou *et al.*, (2010) menegaskan bahwa inovasi proses efektif meningkatkan operasi produksi internal yang dapat mengurangi biaya dan serta peningkatan kinerja operasional. Inovasi proses akan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga dapat meminimalkan biaya perusahaan untuk produksi (Hartini, 2012). Menurunnya biaya dengan kualitas produk yang relatif sama berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan yang mana dari keuntungan ini berupa kinerja perusahaan. Maka penting bagi perusahaan dalam menerapkan inovasi proses karena dapat sebagai efisiensi perusahaan yang akan berpengaruh terhadap kinerjanya.

c. Kinerja Operasional

Secara umum kinerja (*performance*) didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya. Menurut Robbins (2001) menjelaskan bahwa kinerja merupakan suatu hasil yang dicapai dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan.

Kinerja operasional pada dasarnya merupakan prestasi yang dicapai oleh organisasi atau perusahaan yang dapat dilihat dari hasilnya. Pengukuran kinerja tidak hanya cukup dengan satu dimensi saja, menurut Walker & Rubert (1987) ada tiga dimensi dalam pengukuran kinerja yaitu efektivitas, efisiensi, adaptivitas. Menurut Ranchod (2004) menegaskan bahwa efektivitas, efisiensi, adaptivitas merupakan dimensi utama dalam pengukuran kinerja.

Pengukuran kinerja sangat penting dalam suatu organisasi yang efektif. Kinerja dapat didefinisikan sebagai ukuran suatu operasi memenuhi tujuan kinerja, dan langkah-langkah utama dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan (Ibrahim, A. 2016). Kinerja operasional merupakan kinerja yang terkait dengan operasi internal organisasi, seperti produktivitas, kualitas produk dan kepuasan pelanggan (Feng *et al.* 2006). Menurut Ibrahim, A. (2016) kinerja operasional mencerminkan sebagai kinerja operasi internal perusahaan dalam hal pengurangan biaya, meningkatkan kualitas produk, pengembangan produk baru, memperbaiki kinerja pengiriman, serta meningkatkan produktivitas. Kinerja operasional juga dapat diukur berdasarkan produktivitas, efektivitas, dan efisiensi operasi internal.

Kinerja Operasional adalah salah satu dari bidang manajemen yang mengatur pada produksi barang dan jasa, serta bidang pada penggunaan alat-alat dan teknik khusus untuk memecahkan masalah (Daft, 2010). Kinerja operasional secara umum bertujuan sebagai tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil maupun besar. Berdasarkan hasil kinerja yang bersifat keuangan atau non keuangan maka dengan melakukan pengukuran

kinerja menjadi salah satu cara perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang akan diambil. Kondisi perusahaan dapat dilihat melalui aspek-aspek yang ada, salah satu aspek penting merupakan investor dalam mempertimbangkan keputusan berinvestasi pada perusahaan. Menurut (Jeaning & Beaver, 1997) untuk mengetahui kinerja perusahaan perlu melakukan pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan.

Ada berbagai macam cara dalam pengukuran kinerja operasional agar mendapatkan hasil yang maksimal. Kinerja operasional dapat diukur melalui tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, biaya jaminan atau garansi, serta ketepatan waktu suatu produk sampai ketangan konsumen (Terziovski & Samson, 1999). Sedangkan menurut Schroeder (1993) pengukuran kinerja operasional ini lebih baik dihasilkan dari implementasi operasi dan bisnis yang mana berkaitan dengan adanya kualitas, biaya, pengiriman, fleksibilitas, dan inovasi.

Menurut Lenny *et al.*, (2007) pada kinerja operasional terdapat 5 aspek-aspek yang perlu diperhatikan, antara lain fleksibilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, pengurangan *lead time* produksi sebagai salah satu cara meningkatkan respon perusahaan dan dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan, *forecasting* merupakan kinerja gabungan dalam perencanaan produk dan pasokan bahan serta memprediksi permintaan pelanggan, perencanaan sumber daya dan penghematan biaya, pengurangan tingkat persediaan. Pentingnya kinerja operasional dapat

memungkinkan perusahaan dalam mengukur kinerja melalui produktivitas, efisiensi, kualitas produk dan proses.

2. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan sebelumnya dalam membahas tentang pengaruh inovasi terhadap kinerja operasional. Sebuah penelitian yang telah dilakukan oleh Padilha, C. K., & Gomes, G. (2016) yang membahas tentang pengaruh budaya inovasi terhadap kinerja inovasi produk dan proses pada industri tekstil. Penelitian ini telah dilakukan dengan melibatkan responden dari 287 perusahaan yang terdiri dari perusahaan kecil, menengah, dan besar berpartisipasi dalam penelitian ini. Dengan membagi seperti ini agar dapat memastikan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi budaya inovasi produk dan proses terhadap kinerja atau tidak mempengaruhi. Pada penelitian ini ditemukan bahwa budaya inovasi (inovasi produk, inovasi proses) berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Pada hasil lainnya ditemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi kinerja pada inovasi produk dan proses. Hasil dari penelitian ini dapat membantu manajemen perusahaan dalam mempertimbangkan partisipasi karyawan baik dalam pekerjaan rutin sebagai mengembangkan ide-ide baru, maupun pembaruan pengetahuan.

Penelitian yang sudah dilakukan Al-Sa'di, A. F. *et al.*, (2017) tentang peran inovasi produk dan proses pada hubungan antara *Knowledge Management* dan kinerja operasional pada perusahaan manufaktur di Yordania. Penelitian ini dikembangkan dengan melibatkan 207 perusahaan manufaktur yang beroperasi di Yordania. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Knowledge Management*

berpengaruh terhadap inovasi produk, inovasi proses dan kinerja operasional. Selain itu inovasi proses memiliki pengaruh terhadap kinerja operasional, sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja. Hasil temuan dari penelitian ini dapat memfasilitasi dan meningkatkan inovasi produk dan proses yang dapat mempengaruhi kinerja operasional.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Huang K.E. *et al.*, (2016) tentang hubungan antara inovasi, penciptaan teknologi, manajemen kualitas, kemampuan manajemen informasi pada kinerja organisasi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada penelitian tentang keragaman pengaruh terhadap kinerja organisasi. Ditemukan hasil pada penelitian ini bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Membuktikan bahwa teknologi baru dapat menjadi inovasi untuk meningkatkan produk dan layanan yang merupakan faktor penting bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat menerapkan teknologi menjadi sebuah inovasi akan berguna bagi kinerja organisasinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Hartini (2012) dengan judul “Peran Inovasi; Pengembangan Kualitas dan Kinerja Bisnis”. Penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan dampak inovasi terhadap kualitas produk dan kinerja bisnis dari usaha kecil dan menengah di Jawa Timur. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa keterkaitan antara peran Inovasi terhadap kualitas produk dan kinerja bisnis. Pada penelitian ini ditemukan bahwa inovasi produk berperan penting dalam mempengaruhi kualitas produk namun inovasi produk tidak mempengaruhi kinerja bisnis. Dijelaskan pada penelitian ini bahwa inovasi

produk sangatlah mudah ditiru dan dilakukan oleh para pesaing, sehingga inovasi tidak berdampak pada perusahaan.

3. Hubungan Antar Variabel

1) Hubungan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional

Dengan adanya inovasi produk, perusahaan dituntut untuk dapat melihat peluang pasar yang ada. Keinginan pasar yang selalu bertumbuh maka perusahaan perlu memberikan inovasi produk secara efektif yang dapat menentukan kinerja dari perusahaan. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan dari kinerja perusahaan (Sri Hartini, 2012). Inovasi produk yang efektif dipercaya dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan dalam proses produksi.

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Huang K *et al* (2016) menjelaskan dengan menggunakan teknologi baru dapat menjadi sebuah inovasi produk yang bermanfaat bagi perusahaan serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga inovasi produk dapat berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja *Coffee Shop*

2) Hubungan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

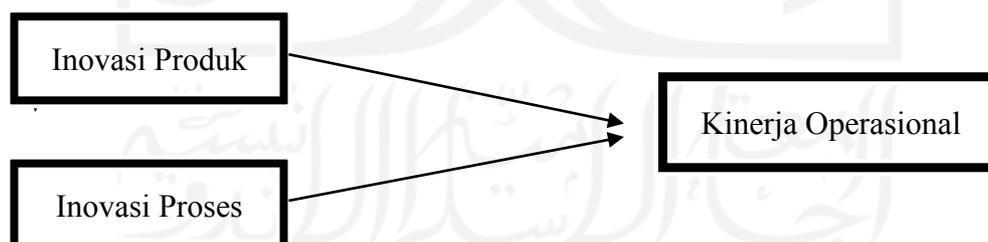
Inovasi proses berperan penting bagi perusahaan untuk dapat memberikan produk baru serta meningkatkan kualitas suatu produk. Inovasi proses juga dapat menciptakan kegiatan produksi yang efisiensi dengan pengurangan biaya dan

melalui pembaruan teknologi yang mendukung. Menurut Ou *et al.*, (2010) menjelaskan bahwa inovasi proses yang efektif dapat meningkatkan operasi produksi internal yang dapat mengurangi biaya dan peningkatan kinerja operasional. Keberhasilan implementasi inovasi adalah karyawan menjadi lebih terampil, konsisten, dan bertanggung jawab dalam menerapkan inovasi.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Sa'di, A. F. *et al.*, (2017) menyatakan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh positif terhadap kinerja operasional. Perusahaan yang ingin meningkatkan kinerja operasionalnya dianjurkan untuk menerapkan inovasi proses sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa semakin tinggi inovasi proses yang digunakan maka kinerja operasional sebuah perusahaan akan semakin tinggi. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja *Coffee Shop*

4. Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini menjadi bahan untuk penelitian karena memiliki populasi *coffee shop* yang mempunyai angka pertumbuhan yang cukup signifikan.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan yang merujuk pada seluruh kelompok yaitu orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh peneliti, yang mana peneliti ingin membuat kesimpulan berdasarkan hasil statistik (Sekaran & Bougie, 2013). Adapun populasi yang dimaksud pada penelitian ini adalah perusahaan *coffee shop* yang ada di wilayah Yogyakarta.

Sampel merupakan salah satu bagian daripada populasi (Sekaran, 2013). Sampel yang dipilih dari beberapa jumlah populasi untuk diteliti hendaknya dipilih secara tepat dan benar yang sesuai dengan karakteristik yang diperlukan. Jumlah populasi *coffee shop* pada tahun 2021 masih belum diketahui secara pasti. Maka penelitian ini dapat menggunakan sampel sebagaimana yang dijelaskan oleh Arikunto (2005). Karena populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$: Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan
(α) 95%

E : Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96, 04 responden yang dibulatkan menjadi 96 responden

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden tangan pertama oleh peneliti terhadap variabel utama dengan tujuan penelitian yang spesifik (Sekaran & Boogie, 2013). Untuk mendapatkan data primer ini menggunakan metode kuesioner yang akan diberikan secara langsung kepada para individu atau respon yang telah ditentukan. Kuesioner yang disebarikan kepada responden ini di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional. Data yang akan diperoleh merupakan responden dari pelaku usaha kecil menengah khususnya *coffee shop* di Yogyakarta.

Kuesioner yang digunakan dan dibagikan kepada responden terdiri dari dua bagian yaitu:

- 1) Bagian yang menjelaskan karakteristik responden, meliputi nama perusahaan atau nama *coffee shop*, nama responden, jumlah karyawan, usia usaha, dan pendapatan per tahun.

2) Bagian yang menjelaskan pertanyaan tentang variabel penelitian

Pada penelitian ini dalam mengumpulkan data dengan menggunakan skala Likert yang terbagi menjadi 1-5 skala yaitu:

- Sangat tidak setuju (STS): Skor 1
- Tidak setuju (TS): Skor 2
- Netral (N): Skor 3
- Setuju (S): Skor 4
- Sangat setuju (SS): Skor 5

Pada kuesioner ini responden diminta memberi tanggapan melalui pertanyaan yang ada pada kuesioner, sesuai dengan apa yang dirasakan oleh responden. Menggunakan Skala Likert bertujuan untuk dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekumpulan orang yang terkait. Sebelum pengumpulan data dilakukan, kuesioner yang digunakan untuk mengambil data akan diuji terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya

4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1) Inovasi Produk (X_1)

Inovasi produk dikaitkan pada kemampuan perusahaan dalam memperkenalkan produk baru yang berupa barang maupun jasa atau perbaikan produk yang sudah ada (Polder, 2010). Menurut Maier (2013) melalui inovasi produk, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan membedakan produksinya dan meningkatkan kualitas serta variasi barang yang dapat menumbuhkan permintaan dan membuka peluang pertumbuhan baru. Tujuan dari inovasi produk yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan

merancang dan memperkenalkan produk baru. Variabel inovasi produk sebagai variabel independen terhadap kinerja operasional. Menurut Karabulut, A. T. (2015) indikator yang dapat digunakan dalam mengukur inovasi produk yaitu:

- a. Pengembangan produk baru
- b. Peningkatan kualitas produk yang sudah ada
- c. Kualitas komponen atau bahan produk
- d. Memiliki produk asli atau paten

2) Inovasi Proses (X₂)

Inovasi proses didefinisikan sebagai elemen baru pada kegiatan produksi organisasi. Inovasi proses digunakan sebagai penerapan metode produksi atau pengiriman metode baru yang telah ditingkatkan, yang melibatkan perubahan teknologi, peralatan, atau teknologi (OECD, 2005). Variabel inovasi proses ini sebagai variabel independen terhadap kinerja operasional. Menurut Rajapathirana dan Hui (2018) indikator yang dapat digunakan dalam mengukur inovasi proses yaitu:

- a. Kecepatan produksi
- b. Akses daring (*online*)
- c. Metode pekerjaan
- d. Biaya produksi

3) Kinerja Operasional (Y₁)

Kinerja operasional merupakan sebagai ukuran suatu operasi perusahaan telah dalam memenuhi tujuan kinerja dan langkah-langkah utama dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan (Ibrahim A, 2016). Kinerja operasional

bertujuan sebagai tolak ukur keberhasilan dan perkembangan dari perusahaan. Kinerja operasional dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel dependen terhadap inovasi produk dan inovasi proses. Menurut Huang K.E., *et al* (2016) indikator yang dapat digunakan dalam mengukur kinerja operasional berdasarkan:

- a. Tingkat Produktivitas
- b. Standar Operasional
- c. Mengatur waktu secara efektif
- d. Ketepatan waktu dalam memberikan produk

5. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk melakukan uji validitas dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table. Pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas kuesioner yaitu:

- a. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r table maka variabel tersebut valid
- b. Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r table maka variabel tersebut tidak valid

Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

2) Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner. Kuesioner yang reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan selalu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Pada pengujiannya, mengukur reliabel suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach's Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Menurut Ghozali (2013) suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

6. Metode Analisis Data

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode statistic yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2013). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta memberikan data yang ada.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel X atau variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* sebagai berikut:

- Besar *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan nilai $VIF \leq 10$
- Besar *Tolerance* menunjukkan nilai $Tolerance \geq 0,10$

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan uji *Statistic Kolmogorov-Smirnov Test*. Dalam pengambilan keputusan dapat dilihat dari hasil uji, jika nilai probabilitas signifikasinya lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas signifikasinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

3) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun

bentuk persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

Y = Kinerja Operasional

X_1 = Inovasi produk

X_2 = Inovasi proses

β = Koefisien regresi

e = Standar error

4) Uji T

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- H_0 ditolak apabila nilai signifikansinya $> \alpha$ (0,05), ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- H_0 diterima apabila nilai signifikansinya $\leq \alpha$ (0,05), ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

5) Uji F

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- H_0 diterima apabila nilai signifikansinya $> \alpha$ (0,05), ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- H_0 ditolak apabila nilai signifikansinya $\leq \alpha$ (0,05), ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

6) Koefisien Determinasi R

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai (R^2) kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan informasi yang lebih baik untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen

4.1.1. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan dengan mengkolerasikan skor setiap pertanyaan dengan skor variabel. Uji signifikasi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r table dengan nilai r hitung. Kuesioner dapat dikatakan valid jika nilai r hitung nya lebih besar daripada nilai r tabelnya atau signifikasi kurang dari 0,05 maka data tersebut dapat dikatakan valid. Hasil dari uji validitas variabel Inovasi Produk (IP), Inovasi Proses (IPROS), dan Kinerja *Coffee Shop* (KC) yang dapat di tunjukkan dalam table berikut:

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Signifikasi	Keterangan
IP	IP1	.811**	.000	Valid
	IP2	.827**	.000	Valid
	IP3	.732**	.000	Valid
	IP4	.870**	.000	Valid
IPROS	IPROS1	.779**	.000	Valid
	IPROS2	.750**	.000	Valid
	IPROS3	.815**	.000	Valid
	IPROS4	.680**	.000	Valid

KC	KC1	.859**	.000	Valid
	KC2	.817**	.000	Valid
	KC3	.716**	.000	Valid
	KC4	.759**	.000	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan table 4.1 dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas dari keseluruhan indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 dan untuk nilai r hitung yang lebih besar daripada r table (0,202). Maka dapat disimpulkan bahwa untuk semua indikator dari keseluruhan variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uji statistik *Cronbach's Alpha*. Dalam pengujiannya, mengukur reliabel suatu variabel dapat dilakukan dengan cara melihat *Cronbach's Alpha* dengan signifikansi yang lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2013). Berikut hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
IP	.758	0,70	Reliabel
IPROS	.748	0,70	Reliabel
KC	.791	0,70	Reliabel

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan table 4.2. hasil uji reliabilitas dari setiap indikator dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang bernilai lebih besar dari 0,70. Dari hasil

membuktikan bahwa setiap variabel dinyatakan reliabel atau memiliki reliabilitas yang baik. Dapat disimpulkan dari hasil uji reliabilitas bahwa indikator yang digunakan peneliti sudah baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2. Metode Analisis Data

4.2.1. Analisis Deskriptif

4.2.1.1. Analisis Deskriptif Data Profil Responden

Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat data profil responden yang sudah terkumpul sesuai dengan data dalam kuesioner penelitian.

Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Frekuensi	Persentase(%)
Manajer toko	20	20,8%
Pemilik Coffee Shop	22	22,9%
Staf Operasional	36	37,5%
Lain-lain	18	18,8%
Total	96	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator Jabatan untuk responden dibagi menjadi 4 kategori yaitu manajer toko, pemilik *Coffee Shop*, staf operasional, dan lainnya. Dapat dilihat pada tabel 4.3. bahwa terdapat 20 (20,8%) *Coffee Shop* yang mengisi dengan jabatan manajer toko, 22 (22,9%) *Coffee Shop* yang mengisi dengan jabatan Pemilik *Coffee Shop*, 36 (37,5%) *Coffee Shop* yang mengisi dengan jabatan staf

operasional, 18 (18,8%) *Coffee Shop* yang mengisi dengan jabatan lainnya. Melihat dari hasil kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* yang mengisi dengan jabatan staf operasional mendominasi dalam penelitian ini. Karena pada saat pengambilan data di *Coffee Shop* lebih banyak ditemukan staf operasional sebagai responden yang mengisi kuesioner.

Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Usia Usaha

Usia Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
<2 Tahun	38	39,6%
2-5 Tahun	50	52,1%
5-10 Tahun	6	6,3%
> 10 Tahun	2	2,1%
Total	96	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator Usia Usaha untuk responden dibagi menjadi 4 bagian yaitu kurang dari 2 Tahun, 2-5 Tahun, 5-10 Tahun, dan lebih dari 10 Tahun. Berdasarkan pada tabel 4.4. terdapat 38 (39,6%) *Coffee Shop* yang usia usahanya kurang dari 2 Tahun, 50 (52,1%) *Coffee Shop* yang usia usahanya 2-5 Tahun, 6 (6,3%) *Coffee Shop* yang usia usahanya 5-10 Tahun dan 2 (2,1%) *Coffee Shop* yang usia usahanya lebih dari 10 Tahun. Melihat hasil dari kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* yang berusia 2-5 Tahun mendominasi dalam penelitian ini dengan persentase 52,1%. Karena pada 2-5 tahun yang lalu,

bisnis *Coffee Shop* mulai menjadi bisnis yang menjanjikan dan diminati oleh kalangan masyarakat.

Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase (%)
<10 Orang	66	68,8%
10-30 Orang	28	29,2%
>30 Orang	2	2,1%
Total	96	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator Jumlah Karyawa untuk responden dikategorikan menjadi 3 bagian yaitu, Jumlah Karyawan yang kurang dari 10 orang, 10-30 orang dan lebih dari 30 orang. Berdasarkan tabel 4.5. hasil yang diperoleh terdapat 66 (68,8%) *Coffee Shop* yang memiliki kurang dari 10 karyawan, 28 (29,2%) *Coffee Shop* yang memiliki jumlah karyawan 10-30 orang, 2 (2,1%) *Coffee Shop* yang memiliki jumlah karyawan lebih dari 30 orang. Melihat hasil dari kuesioner dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* yang memiliki karyawan kurang 10 orang mendominasi dalam penelitian ini. Karena kebanyakan *Coffee Shop* pada penelitian ini merupakan bisnis yang skala bisnisnya kecil dan tidak memerlukan karyawan dengan jumlah besar.

Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Pendapatan Per-tahun

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
<300 Juta Rupiah	68	70,8%
300 Juta-2,5M Rupiah	27	28,1%

>2,5M	1	1%
Total	96	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator Pendapatan Per-tahun untuk responden dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu, *Coffee Shop* yang memiliki pendapat dibawah 300 Juta Rupiah, 300-Juta-2,5 Milyar Rupiah, dan lebih dari 2,5 Milyar Rupiah. Berdasarkan tabel 4.6. terdapat 68 (70,8%) perusahaan *Coffee Shop* yang memiliki pendapatan kurang 300 juta rupiah pertahun, 27 (28,1%) *Coffee Shop* yang memiliki pendapatan 300 juta – 2,5 milyar rupiah pertahun, 1 (1%) *Coffee Shop* yang memiliki pendapatan diatas 2,5M pertahun. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* yang memiliki pendapatan kurang dari 300 juta rupiah mendominasi dalam penelitian ini. Karena *Coffee Shop* pada penelitian ini masih dalam bentuk bisnis yang kecil dan menengah. Maka pendapatan Per-tahunnya masih berada kurang dari 300 juta.

4.2.1.2. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel ini dapat dilihat dari kuesioner yang diberikan kepada 96 responden *Coffee Shop* di wilayah Yogyakarta. Jawaban dari seluruh responden dilakukan untuk mengetahui gambaran sifat dari setiap variabel yang ada pada penelitian. Pengukuran variabel dalam penelitian ini diukur dengan menyesuaikan skala *likert* yang menggunakan skor terendah 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 5 (Sangat setuju). Adapun cara untuk

menentukan kriteria penilaian terhadap variabel penelitian dapat dilakukan dengan mengukur interval sebagai berikut:

- Skor nilai terendah adalah 1
- Skor nilai tertinggi adalah 5
- Interval =

Setelah memperoleh nilai interval tersebut, maka dapat dirumuskan penilaian (kriteria) pada setiap variabel sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah
- 1,81 – 2,60 = Rendah
- 2,61 – 3,40 = Agak Tinggi
- 3,41 – 4,20 = Tinggi
- 4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

Analisis deskriptif dari jawaban seluruh responden dilakukan dengan cara bertahap sesuai dengan urutan variabel dalam penelitian.

Tabel 4.7. Penilaian Variabel Inovasi Produk

Indikator	Mean	Kriteria
IP1	4,49	Inovasi Produk Sangat Tinggi
IP2	4,53	Inovasi produk Sangat Tinggi
IP3	4,46	Inovasi Produk Sangat Tinggi
IP4	4,44	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Total Mean	4,48	Inovasi Produk Sangat Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil penilaian pada tabel 4.7. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel inovasi produk adalah sebesar 4,48 yang berarti inovasi produk sangat tinggi. Penilaian untuk indikator variabel inovasi produk paling tinggi terdapat pada indikator IP2 dengan nilai rata-rata 4,53, sedangkan untuk indikator paling rendah terdapat pada IP4 dengan nilai rata-rata 4,44. Dilihat dari hasil penilaian indikator pada IP4 memiliki nilai rata-rata paling rendah maka dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* di Yogyakarta masih memiliki kekurangan dalam kepemilikan produk asli atau produk andalannya. Dengan hasil kriteria inovasi produk sangat tinggi maka *Coffee Shop* di Yogyakarta sudah menerapkan inovasi produk dengan baik dalam proses operasional perusahaan.

Tabel 4.8 Penilaian Variabel Inovasi Proses

Indikator	Mean	Kriteria
IPROS1	4,04	Inovasi Proses Tinggi
IPROS2	3,89	Inovasi Proses Tinggi
IPROS3	4,00	Inovasi Proses Tinggi
IPROS4	4,21	Inovasi Proses Sangat Tinggi
Total Mean	4,03	Inovasi Proses Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan penilaian pada tabel 4.8. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel inovasi proses adalah sebesar 4,03 yang berarti inovasi proses tinggi. Penilaian untuk indikator variabel inovasi proses paling tinggi terdapat pada indikator IPROS4 dengan nilai rata-rata 4,21,

sedangkan untuk indikator paling rendah terdapat pada indikator IPROS2 dengan nilai rata-rata 3,89. Dilihat dari hasil penilaian indikator pada IP2 memiliki nilai rata-rata paling rendah maka dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* di Yogyakarta masih mempunyai kekurangan dalam akses daring (online) untuk menerima dan memproses pesanan pelanggan. Dengan hasil kriteria inovasi proses tinggi maka *Coffee Shop* di Yogyakarta telah menerapkan inovasi proses dengan baik dalam proses operasional perusahaan.

Tabel 4.9. Penilaian Variabel Kinerja *Coffee Shop*

Indikator	Mean	Kriteria
KC1	4,26	Kinerja Sangat Tinggi
KC2	4,33	Kinerja Sangat Tinggi
KC3	4,24	Kinerja Sangat Tinggi
KC4	4,11	Kinerja Tinggi
Total Mean	4,23	Kinerja Sangat Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan Penilaian pada tabel 4.9. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel kinerja *Coffee Shop* adalah sebesar 4,23 yang berarti kinerja sangat tinggi. Penilaian untuk indikator kinerja *Coffee Shop* paling tinggi terdapat pada indikator KC2 dengan nilai rata-rata 4,33, sedangkan untuk indikator paling rendah terdapat pada indikator KC4 dengan nilai rata-rata 4,11. Dilihat dari hasil penilaian indikator pada KC4 memiliki nilai rata-rata paling rendah maka dapat disimpulkan bahwa *Coffee Shop* di Yogyakarta masih memiliki kekurangan pada ketepatan waktu dalam menyiapkan produk. Dengan

hasil kriteria kinerja sangat tinggi maka *Coffee Shop* di Yogyakarta telah memiliki kinerja operasional dengan baik.

4.2.2. Analisis Inferensial

4.2.2.1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan serta tidak bias dan konsisten untuk menghindari adanya kecacatan model dalam analisis regresi. Didalam uji asumsi klasik terdapat 3 jenis uji yaitu uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Dari 3 uji tersebut digunakan untuk melihat data dapat terdistribusi normal dengan data lain (uji normalitas) dan agar tidak terjadi adanya multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Berikut hasil dari uji asumsi klasi yang akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas

N	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Nilai Kritis	Keterangan
96	0,135	0,05	Normal

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang harus memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat dilihat pada tabel 4.10. bahwa nilai signifikansinya 0,193 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai kritisnya 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dapat terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Nilai Kritis <i>Tolerance</i>	Nilai Kritis VIF	Keterangan
IP	0,484	2,065	0,1	10	Tidak Multikolinearitas
IPROS	0,484	2,065	0,1	10	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Nilai yang digunakan untuk uji multikolinearitas adalah Ketika nilai *Tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 . Berdasarkan tabel 4.11. nilai *Tolerance* pada setiap variabel lebih dari 0,1 sedangkan untuk nilai VIF pada setiap variabel lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel IP, IPROS tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dalam persamaan regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig.</i>	Nilai Kritis	Keterangan
IP	0,147	0,05	Tidak Heteroskedastisitas
IPROS	0,326	0,05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji pada sebuah model dengan menggunakan Uji Glejser, pengujian ini dilakukan dengan meregresikan variabel independen dengan variabel residualnya. Berdasarkan tabel 4.12. didapatkan nilai signifikansi dari semua variabel lebih besar dari 0,05. Maka

dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.2.2. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan tidak terjadi kejalan multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Tabel 4.13. Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.935	1.221		4.041	.000
IP	.354	.098	.375	3.616	.000
IPROS	.382	.099	.400	3.854	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Coffee Shop

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.13. dapat dijelaskan dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$KC = 4,935 + 0,354IP + 0,382IPROS + 1,221$$

α = Konstanta

Y = Kinerja Operasional

X_1 = Inovasi produk

X_2 = Inovasi proses

β = Koefisien regresi

e = Standar eror

Pada persamaan regresi linear berganda tersebut mendapatkan nilai konstanta sebesar 4,935 dan nilai *Std. Error* sebesar 1,221. Sedangkan nilai koefisien regresi IP (X1) dan IPROS (X2) masing masing berpengaruh positif terhadap kinerja *Coffee Shop* (Y). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa IP dan IPROS memberikan pengaruh positif terhadap kinerja *Coffee Shop*.

4.2.2.3. Uji T

Penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan Uji T berdasarkan hasil analisis regresi yang dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji T

Variabel	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	α	Keterangan
IP → KC	0,375	3,616	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
IPROS → KC	0,400	3,854	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.14. pada hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja *Coffee Shop* dengan ketentuan sebagai berikut:

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

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

Hasil regresi dari IP → KC yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *Tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.14. bahwa H1(0) ditolak, maka dapat disimpulkan hasilnya H1(a) adalah Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop* dapat diterima.

2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja *Coffee Shop* dengan ketentuan sebagai berikut:

H2(0): Inovasi Proses tidak berpengaruh terhadap Kinerja *Coffee Shop*

H2(a): Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop*

Hasil regresi dari IPROS → KC yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari nilai *Tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.14. bahwa H2(0) ditolak, maka dapat disimpulkan hasilnya H2(a) adalah Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop* dapat diterima.

4.2.2.4. Uji F

Penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan Uji F yang berdasarkan hasil dari analisis regresi berganda yang dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	310.770	2	155.385	49.494	.000 ^b

Residual	291.970	93	3.139	
Total	602.740	95		
a. Dependent Variable: Kinerja <i>Coffee Shop</i>				
b. Predictors: (Constant), IP, IPROS				

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Dari tabel 4.15. dapat dijelaskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

1. H3(0): Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Kinerja *Coffee Shop*

H3(a): Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop*

Hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.15. memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil daripada nilai *Tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$).

Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa H3(0) ditolak, maka hasil H3(a) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja *Coffee Shop* secara positif.

2. H4(0): Inovasi Proses tidak berpengaruh terhadap Kinerja *Coffee Shop*

H4(a): Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop*

Hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.15. memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil daripada nilai *Tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$).

Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa H4(0) ditolak, maka hasil H4(a) Inovasi Proses berpengaruh terhadap Kinerja *Coffee Shop* secara positif

4.2.2.5. Koefisien Determinasi R

Penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan Koefisien Determinasi R yang berdasarkan hasil dari analisis regresi berganda yang dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.505	1.772
a. Predictors: (Constant), Inovasi Proses, Inovasi Produk				
b. Dependent Variable: Kinerja <i>Coffee Shop</i>				

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.16 diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,516. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,516 atau sama dengan dengan 51,6%. Angka tersebut mengandung arti bahwa Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel Inovasi Produk dan Inovasi Proses sebesar 51,6%. Sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji T pada tabel 4.14. dengan hasil hipotesis pertama yang berbunyi “Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta”. Hasil analisis yang mana hubungan Inovasi Produk dengan Kinerja *Coffee Shop* mendapatkan nilai probabilitas sebesar 0,000 nilai yang lebih kecil dari nilai *Tolerance* (α)

sebesar 0,05. Pada penelitian ini diperoleh nilai koefisien 0,375 dengan hasil ini maka Inovasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta.

Pada penelitian ini juga membuktikan bahwa *Coffee Shop* di Yogyakarta telah menerapkan inovasi produk pada perusahaannya. Hasil ini dapat dilihat pada analisis deskriptif yang menjelaskan data dari kuesioner. Perusahaan *Coffee Shop* sudah menambahkan pembaruan pada menu atau produk, telah mengembangkan produk yang sudah ada, meningkatkan kualitas komponen dan bahan yang digunakan sebagai pembuatan produk, memiliki produk asli atau produk andalan dengan hasil total sangat tinggi. Maka *Coffee Shop* telah menerapkan inovasi produk dengan baik.

Hasil penelitian ini didukung sesuai dengan hasil penelitian dari Huang K *et al* (2016) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa melakukan inovasi produk bermanfaat baik untuk perusahaan sehingga inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja *Coffee Shop*. Penelitian yang dilakukan kepada *Coffee Shop* di Yogyakarta mendapatkan hasil bahwa sudah banyak *Coffee Shop* yang menerapkan inovasi produk pada proses operasionalnya.

4.3.2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta

Bedasarkan hasil Uji T pada tabel 4.14. dengan hasil hipotesis kedua yang berbunyi “Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta”. Hasil analisis yang mana hubungan Inovasi Proses dengan Kinerja *Coffee Shop* mendapat nilai probabilitas sebesar 0,000 nilai yang lebih kecil dari nilai *Tolerance* (α) sebesar 0,05. Pada penelitian ini diperoleh nilai koefisien 0,400 dengan hasil ini maka inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta.

Pada penelitian ini juga membuktikan bahwa *Coffee Shop* di Yogyakarta telah menerapkan inovasi proses pada perusahaannya. Hasil ini dapat dilihat pada analisis deskriptif yang menjelaskan data dari kuesioner. Perusahaan *Coffee Shop* sudah dapat menyiapkan menu / produk dengan tepat waktu, telah memiliki akses daring (online) untuk menerima dan memproses pesanan, memiliki metode kerja yang sesuai dengan standar operasional perusahaan, memiliki kemampuan dalam meningkatkan efisiensi biaya pada proses pekerjaan. Maka *Coffee Shop* telah menerapkan inovasi proses dengan baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Evangelista & Vezzani, (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa inovasi proses dapat mempengaruhi kinerja secara positif dengan meningkatkan kinerja melalui efisiensi-produktivitas yang diperoleh dengan memperkenalkan cara produksi yang lebih efektif. Penelitian yang dilakukan kepada

Coffee Shopi di Yogyakarta mendapatkan hasil bahwa sudah banyak *Coffee Shop* yang menerapkan inovasi proses pada proses operasionalnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk membuktikan pengaruh inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja *Coffee Shop* di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja *Coffee Shop*
2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja *Coffee Shop*

5.2. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti sebagai berikut:

1. Data yang diperoleh dari penelitian ini menggunakan kuesioner kepada responden yang tidak selalu menguasai secara penuh terkait aspek yang peneliti tanyakan.
2. Ambiguitas pertanyaan yang pahami oleh para responden karena menggunakan kuesioner dan tidak dilengkapi dengan wawancara dalam memperoleh hasil data yang mungkin akan lebih baik.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan penelitian yang lebih luas sehingga objek penelitian tidak hanya pada industri kuliner *Coffee Shop* tetapi mencakup ke sektor lain. Selain itu dapat menambah jumlah responden dan menambah variabel yang relevan.
2. Bagi pelaku usaha *Coffee Shop* dapat meningkatkan lagi inovasi produk dan inovasi proses. Selain itu berdasarkan hasil penelitian ini beberapa *Coffee Shop* masih mempunyai kekurangan pada beberapa faktor. Beberapa faktor tersebut seperti, kurang memiliki produk asli atau produk andalan, kurang memiliki akses daring untuk menerima dan memproses pesanan pelanggan, kurang dalam waktu penyiapan produk. Maka diharapkan *Coffee Shop* dapat meningkatkan beberapa faktor tersebut sehingga dapat meningkatkan kinerja operasional yang akan berdampak baik dalam pelayanan terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, A., & Phan, C. A. (2007). The relationship between just-in-time production and human resource management, and their impact on competitive performance. *Yokohama Business Review*, 28(2), 27-57.
- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan. *Business Process Management Journal*.
- Arikunto (2005), *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2018). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing dan Inovasi Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 8-18.
- Chang, Y. C., Linton, J. D., & Chen, M. N. (2012). Service regime: An empirical analysis of innovation patterns in service firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 79(9), 1569-1582.
- Cooper, R. G. (1988). The new product process: a decision guide for management. *Journal of Marketing Management*, 3(3), 238-255.
- Daft, Richard L. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat

- Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models. *Management science*, 42(5), 693-716.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of management studies*, 38(1), 45-65.
- De Jong, J & Hartog, D D. 2003. Leadership as a determinant of innovative behaviour. A Conceptual framework.
- Dewi, D. N., & WIDIYANTO, I. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Inovasi Produk Perusahaan Roti Di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Dhewanto, W. (2015). Manajemen Inovasi untuk usaha mikro, kecil dan menengah. *Edisi Pertama*. Bandung: CV Alfabeta.
- Evangelista, R. and Vezzani, A. (2010), "The economic impact of technological and organizational innovations. a firm-level analysis". *Research Policy*, Vol. 39 No. 10, pp. 1253-1263.
- Feng, J., Prajogo, D. I., Tan, K. C., & Sohal, A. S. (2006). The impact of TQM practices on performance: A comparative study between Australian and Singaporean organizations. *European Journal of Innovation Management*.

- Flynn, B. B., Huo, B., & Zhao, X. (2010). The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach. *Journal of operations management*, 28(1), 58-71.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, A. (1997). The effect of project and process characteristics on product development cycle time. *Journal of marketing research*, 34(1), 24-35.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662–676.
- Hartini, S. (2012). Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 14(1), 83-90.
- Hassan, M., Shaukat, S., Nawaz, M. and Naz, S. (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 No. 2, pp. 243-262.

- Hills, G. E., Hultman, C. M., & Miles, M. P. (2008). The evolution and development of entrepreneurial marketing. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 99-112.
- Huang, K. E., Wu, J. H., Lu, S. Y., & Lin, Y. C. (2016). Innovation and technology creation effects on organizational performance. *Journal of Business Research*, 69(6), 2187-2192.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *Journal of marketing*, 62(3), 42-54.
- Ibrahim, A. (2016). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas dari Kinerja Operasional pada Industri Ekstraktif di Sulawesi utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2).
- Jennings, P., & Beaver, G. (1997). The performance and competitive advantage of small firms: a management perspective. *International small business journal*, 15(2), 63-75.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of innovation types on performance of manufacturing firms in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355-1364.
- Kemp, R. G., Folkerlinga, M., De Jong, J. P., & Wubben, E. F. (2003). *Innovation and firm performance* (No. H 200207). Zoetermeer,, The Netherlands: EIM.

Knight, K. E. (1967). A descriptive model of the intra-firm innovation process. *The journal of business*, 40(4), 478-496.

Kotler, Amstrong. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Lenny, K. S., Demirbag, M., Bayraktar, E., Tatoglu, E., & Zaim, S. (2007). The impact of supply chain management practices on performance of SMEs. *Industrial Management & Data Systems*.

Maier A., Olaru M., Maier D., Marinescu M. (2013) Achieving performance of organization by developing a model of innovation management, 8th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, Sept 19-20 2013, Brussels, Belgium

Maier, D., Olaru, M., Weber, G., & Maier, A. (2014, September). Business Success by Understanding the Process of Innovation. In *European Conference on Innovation and Entrepreneurship* (p. 534). Academic Conferences International Limited.

Meeus, M., & Edquist, C. (2006). Introduction to Part I. Product and Process Innovation. In *Innovation, science and institutional change. A research handbook* (pp. 23-37). Oxford University Press.

Meeus, M., Edquist, C. (2006), Pengantar Bagian I: Inovasi produk dan proses,

- OECD (2005), *The Measurement of Scientific and Technological Activities: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd ed., Oslo manual, OECD Publishing, Paris.
- Ou, C. S., Liu, F. C., Hung, Y. C., & Yen, D. C. (2010). A structural model of supply chain management on firm performance. *International Journal of Operations & Production Management*.
- Padilha, C. K., & Gomes, G. (2016). Innovation culture and performance in innovation of products and processes: a study in companies of textile industry. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(4), 285-294.
- Peter, J., & Graham B. 1997, *The Performance and Competitive Advantage of Small Firms : A Management Perspective*, *International Small Business journal*, 15, 2, pp. 63-75
- Polder, M., Leeuwen, G., Mohnen, P. and Raymond, W. (2010), "Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects", UNU-MERIT, Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovation and Technology, Maastricht, pp. 1-46.
- Polder, M., Van Leeuwen, G., Mohnen, P., & Raymond, W. (2010). Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects.

- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2003). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination. *International journal of quality & reliability management*.
- Rajapathirana, R. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44-55.
- Ranchod, A. 2004. Marketing Strategies: a Twenty- First A Century Approach. New Jersey: Pren- tice Hall.
- Reguia, C. (2014). Product innovation and the competitive advantage. *European Scientific Journal*, 1(1), 140-157.
- Reichstein, T., & Salter, A. (2006). Investigating the sources of process innovation among UK manufacturing firms. *Industrial and Corporate change*, 15(4), 653-682.
- Robbinns, S. P. (2001). Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi, Jilid 1, Edisi 8. *Jakarta: Prenhallindo*.
- Savitz, L. A., Kaluzny, A. D., & Kelly, D. L. (2000). A life cycle model of continuous clinical process innovation. *Journal of Healthcare Management*, 45(5), 307-315.

- Schroeder, D. A. (1993). Organizational structure and intrafirm transfer prices for interdependent products. *Journal of Business Finance & Accounting*, 20(3), 441-455.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 4th Edition*. John Wiley
- Sharma, B., & Fisher, T. (1997). Functional strategies and competitiveness: An empirical analysis using data from Australian manufacturing. *Benchmarking for quality management & technology*.
- Terziovski, M., and Samson, D. (1999). *The link between total quality management*, 16(3), 1-18.
- Utama, R. E. (2019). *Manajemen Operasi*. Jakarta: UM Jakarta Press
- Walker & Ruekert. 1987. Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies: a Critical Review and Conceptual Framework. *Journal of Marketing*, 51: 15-33.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENLITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan Sata Dwiki Kurniawan, Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berhubungan dengan Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional Pada *Coffee Shop* di Yogyakarta untuk tugas akhir skripsi. Kuesioner ini ditujukan untuk responden para pelaku bisnis *Coffee Shop* serta yang berdomisili di Yogyakarta. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner tersebut. Data yang telah diisi akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini.

Atas Perhatian dan Kesediannya dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Salam Hormat,

Dwiki Kurniawan

Bagian 1. Data Responden

1. Nama Usaha :
2. Jabatan Responden :
 - a. Store Manager Coffee Shop
 - b. Pemilik Coffee Shop

- c. Staf Operasional Coffee Shop
 - d. Lainnya
3. Usia Usaha :
- a. <2 tahun
 - b. 2-5 tahun
 - c. 5-10 tahun
 - d. >10 tahun
4. Jumlah Karyawan :
- a. <10 orang
 - b. 10-30 orang
 - c. >30 orang
5. Pendapatan per-tahun :
- a. <300 Juta Rupiah
 - b. 300 Juta – 2,5 Milyar Rupiah
 - c. >2,5 Milyar Rupiah

Bagian 2

Pertanyaan pada bagian 2 merupakan tolak ukur pengaruh dari variabel penelitian ini. Oleh karena itu Bapak/Ibu/Sdr/I dimohon untuk memilih alternatif penilaian yang sesuai dengan usaha anda.

Keterangan :

- Sangat Tidak Setuju (STS): Skor 1
- Tidak Setuju (TS): Skor 2

- Netral (N): Skor 3
- Setuju (S): Skor 4
- Sangat Setuju (SS): Skor 5

Bagian 3. Inovasi Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Coffeeshop saya berusaha untuk selalu menambahkan pembaruan dalam menu / produk					
2.	Coffeeshop saya berupaya untuk mengembangkan produk yang sudah ada agar menjadi produk yang lebih baik					
3.	Coffeeshop saya berusaha meningkatkan kualitas komponen dan bahan yang digunakan untuk pembuatan produk					
4.	Coffeeshop saya memiliki produk asli atau produk andalan					

Bagian 4. Inovasi Proses

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Coffeeshop saya dapat menyiapkan menu / produk dengan cepat dan tepat waktu					
2.	Coffeeshop saya memiliki akses daring (online) untuk menerima dan memproses pesanan pelanggan					
3.	Coffeeshop saya memiliki metode instruksi kerja yang sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan dalam memproses pekerjaan					
4.	Coffeeshop saya memiliki kemampuan dalam meningkatkan efisiensi biaya pada proses pekerjaan					

Bagian 5. Kinerja Operasional

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Coffeeshop saya memiliki produktivitas yang baik					
2.	Produk yang dibuat oleh Coffeeshop saya sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan					
3.	Coffeeshop saya selalu tepat waktu pada jam operasional perusahaan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan					
4.	Coffeeshop saya memiliki waktu tunggu yang pendek dalam menyiapkan produk					

Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- Validitas dan Reliabilitas Variabel Inovasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.758	.758	4

Correlations

		Inovasi_ produk1	Inovasi_ produk2	Inovasi_ produk3	Inovasi_ produk4	SUM_InovasiProduk
Inovasi_produk1	Pearson Correlation	1	.594**	.396**	.469**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Inovasi_produk2	Pearson Correlation	.594**	1	.519**	.314**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000
	N	96	96	96	96	96
Inovasi_produk3	Pearson Correlation	.396**	.519**	1	.340**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	96	96	96	96	96
Inovasi_produk4	Pearson Correlation	.469**	.314**	.340**	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001		.000
	N	96	96	96	96	96
SUM_InovasiProduk	Pearson Correlation	.811**	.827**	.732**	.670**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

- **Validitas dan Reliabilitas Variabel Inovasi Proses**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.748	.752	4

Correlations

		Inovasi_Proses1	Inovasi_Proses2	Inovasi_Proses3	Inovasi_Proses4	SUM_InovasiProses
Inovasi_Proses1	Pearson Correlation	1	.420**	.576**	.354**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Inovasi_Proses2	Pearson Correlation	.420**	1	.420**	.341**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
Inovasi_Proses3	Pearson Correlation	.576**	.420**	1	.478**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Inovasi_Proses4	Pearson Correlation	.354**	.341**	.478**	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
SUM_InovasiProses	Pearson Correlation	.779**	.750**	.815**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

- **Validitas dan Reliabilitas Kinerja *Coffee Shop***

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.791	.796	4

Correlations

		Kinerja_coffesho p1	Kinerja_coffesho p2	Kinerja_coffesho p3	Kinerja_coffesop 4	SUM_Kinerjacoff eshop
Kinerja_coffeshop1	Pearson Correlation	1	.742**	.485**	.503**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Kinerja_coffeshop2	Pearson Correlation	.742**	1	.385**	.490**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Kinerja_coffeshop3	Pearson Correlation	.485**	.385**	1	.361**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
Kinerja_coffesop4	Pearson Correlation	.503**	.490**	.361**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
SUM_Kinerjacoffeshop	Pearson Correlation	.859**	.817**	.716**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

Lampiran 3: Tabulasi Data Profil Responden

No	Nama Usaha	Jabatan Responden	Usia Usaha	Jumlah Karyawan	Pendapatan
1	Kg	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
2	Kg	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
3	Kopiran Kopi	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
4	K	Lainnya	2-5 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
5	Rotein	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
6	Ingkar Janji	Lainnya	2-5 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
7	Ingkar Janji	Lainnya	2-5 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
8	B	Staf Operasional	2-5 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
9	C	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
10	M	Manajer Toko	<2 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
11	Woodclub	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
12	Watu Langit	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
13	Dd	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
14	Sastro's	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
15	L	Pemilih Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
16	B	Staf Operasional	>10 Tahun	>30 Orang	>2,5 Milyar
17	Saif	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
18	ST	Manajer Toko	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
19	Mitology	Lainnya	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
20	+62 Coffee	Lainnya	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta

	Jogja				
21	Letravail	Staf Operasional	<2 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
22	Kophilo	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
23	Reter Coffee	Lainnya	<2 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
24	Nanda	Lainnya	<2 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
25	DM	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
26	Vio	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
27	28 Coffee	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
28	Kolektif	Lainnya	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
29	Ch	Lainnya	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
30	Kopi H	Lainnya	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
31	Nakula	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
32	Kopi Teman Lelah	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
33	ER	Staf Operasional	5-10 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
34	Satukelas Coffee	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
35	Winda	Staf Operasiona	5-10 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
36	M	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	300 Juta – 2,5M
37	Melipir Coffee	Lainnya	<2 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
38	Awor	Lainnya	5-10 Tahun	>30 Orang	300 Juta – 2,5M
39	Binkop62	Lainnya	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta

40	Odhe	Lainnya	5-10 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
41	Fn	Pemilik Usaha	<2 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
42	De'Coffee	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
43	Burhan	Lainnya	>10 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
44	X	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
45	Kedai Alumnee	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
46	Kemari Coffeeshop	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
47	St. Kedawung	Manajer Toko	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
48	The Sastro	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	300 Juta – 2,5M
49	TC	Lainnya	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
50	H	Staf Operasional	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
51	Kadipalan Coffee	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
52	KL	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
53	Sellie Coffee	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
54	Kalium	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
55	Kopi Dahlia	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
56	Kopi Kedai Mataram	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
57	Kopi Lindu Bantul	Staf Operasional	2-5 Tahun	10-30 Orang	<300 Juta
58	Kedai Kopi Singo	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
59	Kopi K	Staf	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M

		Operasional			
60	Kopi Opak	Manajer Toko	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
61	Cerita Kopi	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
62	Mari Ngopi	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	300 Juta – 2,5M
63	Kopitalis	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
64	Pados	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
65	Cafetarium	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
66	Satu Lokasi	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
67	NP	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
68	Kampoeng Mataraman	Manajer Toko	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
69	Rostop Coffee	Manajer Toko	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
70	Kebon Dalem	Manajer Toko	5-10 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
71	Kopi Nuri	Manajer Toko	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
72	Kenes	Staf Operasional	5-10 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
73	Snm	Lainnya	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
74	Serawung	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
75	Kopi Pilot	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	300 Juta – 2,5M
76	Dk	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
77	English Ivy Coffee	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
78	Ekologi	Staf	2-5 Tahun	<10 Orang	300 Juta – 2,5M

	Coffee	Operasional			
79	Noe Coffee	Manajer Toko	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
80	Raya's Coffee	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
81	Kopi Negri Jurgen	Staf Operasional	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
82	Simetri Kopi	Manajer Toko	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
83	Epic Kopi	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
84	Difaure Kopi	Manajer Toko	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
85	Kopling	Manajer Toko	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
86	Kaki Langit Coffee	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
87	Gerry	Lainnya	<2 Tahun	<10 Orang	300 Juta – 2,5M
88	The Plataran	Staf Operasional	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
89	Sosok Coffee	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
90	Ambarukmo	Staf Operasional	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
91	Kopi Panggang	Pemilik Usaha	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
92	Kopi Opak	Staf Operasional	2-5 Tahun	10-30 Orang	300 Juta – 2,5M
93	Kedai Kopi Kopitalis	Staf Operasional	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
94	Wahwo Coffee	Pemilik Usaha	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
95	Kopi S	Manajer Toko	<2 Tahun	<10 Orang	<300 Juta
96	Bakoa	Staf	2-5 Tahun	<10 Orang	<300 Juta

	Coffee	Operasional			
--	--------	-------------	--	--	--

Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel

1) Variabel Inovasi Produk

NO	IP1	IP2	IP3	IP4	TOTAL IP
1.	4	3	4	5	16
2.	3	3	4	4	14
3.	3	2	4	4	13
4.	3	4	4	4	15
5.	3	3	2	4	12
6.	3	3	4	4	14
7.	4	4	4	5	17
8.	5	4	2	5	16
9.	4	4	5	5	18
10.	4	4	4	4	16
11.	3	2	4	4	13
12.	4	4	5	5	18
13.	3	4	4	4	15
14.	3	3	4	4	14
15.	3	1	4	5	13
16.	3	3	4	4	14
17.	4	4	3	5	16
18.	4	2	4	4	14
19.	3	3	4	4	14
20.	5	3	3	5	16
21.	3	5	5	5	18
22.	4	4	5	5	18
23.	4	4	4	5	17
24.	4	4	5	5	18
25.	3	3	4	4	14
26.	3	4	4	3	14
27.	5	4	4	5	18
28.	5	5	5	5	20
29.	3	2	4	5	14
30.	4	2	4	3	13
31.	4	4	4	4	16
32.	4	2	4	4	14
33.	3	3	3	3	12

34.	4	5	5	5	19
35.	3	3	3	2	11
36.	4	3	4	4	15
37.	3	3	5	4	15
38.	4	4	4	3	15
39.	3	3	3	3	12
40.	3	2	4	5	14
41.	3	4	4	3	14
42.	4	5	5	5	19
43.	5	5	4	5	19
44.	5	5	4	5	19
45.	3	4	4	3	14
46.	4	4	5	4	17
47.	5	4	4	4	17
48.	5	4	4	4	17
49.	3	4	4	4	15
50.	5	5	5	4	19
51.	5	5	5	5	20
52.	5	5	5	4	19
53.	4	5	5	5	19
54.	4	4	4	4	16
55.	5	5	5	4	19
56.	4	4	4	4	16
57.	5	5	5	5	20
58.	5	5	5	5	20
59.	5	5	5	5	20
60.	4	5	5	3	17
61.	4	4	4	4	16
62.	5	5	5	5	20
63.	5	4	5	4	18
64.	1	1	1	1	4
65.	5	5	5	5	20
66.	4	5	5	5	19
67.	5	3	4	5	17
68.	4	5	5	4	18
69.	5	5	4	4	18
70.	4	5	3	4	16
71.	4	5	5	4	18
72.	5	5	5	4	19
73.	5	5	5	5	20
74.	4	5	4	4	17

75.	5	5	5	4	19
76.	4	4	4	4	16
77.	5	5	5	4	19
78.	5	5	4	5	19
79.	3	4	5	5	17
80.	3	4	5	3	15
81.	5	5	5	5	20
82.	4	4	4	5	17
83.	4	5	4	4	17
84.	5	5	5	3	18
85.	5	5	4	4	18
86.	4	4	4	3	15
87.	2	4	3	4	13
88.	5	5	4	5	19
89.	4	5	3	5	17
90.	4	3	4	4	15
91.	5	3	2	5	15
92.	4	5	5	5	19
93.	5	4	5	5	19
94.	5	4	5	4	18
95.	5	5	5	5	20
96.	4	5	5	5	19

2) Variabel Inovasi Proses

NO	IROS1	IROS2	IROS3	IROS 4	TOTAL IROS
1.	5	5	4	5	19
2.	4	4	4	4	16
3.	4	4	3	3	14
4.	4	4	4	4	16
5.	4	3	3	5	15
6.	3	4	3	5	15
7.	4	4	4	5	17
8.	3	4	4	4	15
9.	3	4	3	5	15
10.	5	5	4	5	19
11.	5	4	4	4	17
12.	5	5	5	5	20
13.	4	4	4	4	16
14.	3	3	4	4	14

15.	3	3	3	5	14
16.	3	3	3	3	12
17.	4	3	3	3	13
18.	4	4	4	4	16
19.	4	4	3	4	15
20.	5	3	4	4	16
21.	3	4	3	5	15
22.	4	4	4	5	17
23.	5	5	5	4	19
24.	5	5	5	5	20
25.	2	3	4	4	13
26.	3	3	3	4	13
27.	3	5	3	4	15
28.	5	4	5	5	19
29.	4	3	3	4	14
30.	3	4	3	3	13
31.	4	3	3	5	15
32.	3	3	4	4	14
33.	3	3	3	4	13
34.	5	5	5	5	20
35.	2	2	2	4	10
36.	4	4	4	4	16
37.	4	3	4	5	16
38.	4	3	4	4	15
39.	3	3	3	3	12
40.	4	3	3	4	14
41.	4	3	3	4	14
42.	5	5	5	3	18
43.	5	2	5	5	17
44.	5	2	5	5	17
45.	3	4	3	3	13
46.	3	4	5	4	16
47.	4	2	4	4	14
48.	4	2	4	4	14
49.	4	1	4	4	13
50.	3	4	5	4	16
51.	4	5	5	5	19
52.	4	2	4	3	13
53.	5	3	5	5	18
54.	4	4	4	4	16
55.	4	4	5	4	17

56.	4	4	4	4	16
57.	5	5	5	5	20
58.	4	4	4	5	17
59.	5	5	5	4	19
60.	3	5	5	4	17
61.	5	5	5	4	19
62.	5	5	5	5	20
63.	3	5	3	5	16
64.	1	1	1	1	4
65.	5	5	5	5	20
66.	5	4	5	5	19
67.	4	4	3	4	15
68.	5	5	4	4	18
69.	3	3	5	4	15
70.	4	4	4	4	16
71.	4	4	4	5	17
72.	3	5	4	5	17
73.	5	5	5	5	20
74.	5	5	4	4	18
75.	4	3	5	4	16
76.	4	4	4	4	16
77.	3	4	4	4	15
78.	5	5	5	5	20
79.	4	5	5	5	19
80.	5	5	3	3	16
81.	4	4	4	4	16
82.	4	4	4	4	16
83.	4	5	4	4	17
84.	3	4	3	4	14
85.	5	4	5	4	18
86.	4	2	2	3	11
87.	5	5	3	3	16
88.	5	4	5	5	19
89.	5	4	3	4	16
90.	5	5	4	5	19
91.	4	5	5	5	19
92.	5	5	5	4	19
93.	5	4	5	4	18
94.	5	5	5	5	20
95.	4	4	4	4	16
96.	5	4	5	4	18

3) Variabel Kinerja *Coffee Shop*

NO	KC1	KC2	KC3	KC4	TOTAL KC
1.	5	5	5	4	19
2.	4	4	4	4	16
3.	4	4	4	1	13
4.	4	4	5	4	17
5.	4	4	4	5	17
6.	4	4	4	4	16
7.	5	5	5	4	19
8.	5	4	5	5	19
9.	5	5	5	5	20
10.	4	4	4	4	16
11.	4	4	5	3	16
12.	5	5	5	5	20
13.	4	4	4	3	15
14.	4	4	4	3	15
15.	5	4	4	4	17
16.	4	4	4	4	16
17.	5	5	5	5	20
18.	4	4	4	4	16
19.	4	4	4	3	15
20.	5	5	5	3	18
21.	5	5	5	5	20
22.	5	5	5	5	20
23.	5	4	4	4	17
24.	5	5	5	5	20
25.	4	4	4	4	16
26.	3	3	3	3	12
27.	5	4	5	4	18
28.	5	5	5	5	20
29.	5	5	5	5	20
30.	3	4	4	4	15
31.	4	3	4	3	14
32.	4	4	4	4	16
33.	3	3	4	4	14
34.	5	5	5	5	20
35.	2	2	3	2	9
36.	4	4	5	4	17

37.	4	4	4	4	16
38.	3	3	4	3	13
39.	3	3	5	4	15
40.	5	5	5	5	20
41.	3	4	4	3	14
42.	5	4	4	3	16
43.	5	5	5	5	20
44.	5	5	5	4	19
45.	3	3	4	4	14
46.	4	4	3	3	14
47.	4	5	5	3	17
48.	4	5	5	3	17
49.	4	5	4	4	17
50.	4	5	4	5	18
51.	5	5	5	5	20
52.	4	5	4	4	17
53.	5	5	5	4	19
54.	4	4	4	4	16
55.	4	5	4	4	17
56.	4	4	4	4	16
57.	5	5	5	5	20
58.	5	5	4	5	19
59.	5	5	5	4	19
60.	3	4	4	4	15
61.	4	4	4	5	17
62.	5	5	2	5	17
63.	4	4	4	5	17
64.	1	1	1	2	5
65.	5	5	5	5	20
66.	5	5	4	4	18
67.	5	5	3	4	17
68.	4	5	4	5	18
69.	4	4	2	3	13
70.	4	4	5	4	17
71.	4	4	4	5	17
72.	4	4	3	3	14
73.	5	5	4	5	19
74.	4	4	5	4	17
75.	4	5	3	5	17
76.	4	4	4	4	16
77.	4	5	3	2	14

78.	5	5	5	5	20
79.	5	5	5	4	19
80.	3	4	3	4	14
81.	5	4	4	4	17
82.	5	5	5	5	20
83.	4	4	4	4	16
84.	3	4	5	5	17
85.	4	4	5	5	18
86.	3	4	4	4	15
87.	4	5	2	5	16
88.	5	4	5	5	19
89.	5	5	3	5	18
90.	4	5	5	4	18
91.	5	4	5	5	19
92.	5	4	5	5	19
93.	5	5	4	5	19
94.	4	5	5	4	18
95.	5	5	4	4	18
96.	5	4	5	4	18

Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75310130
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.075
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

- Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.935	1.221		4.041	.000		
	SUM_InovasiProduk	.354	.098	.375	3.616	.000	.484	2.065
	SUM_InovasiProses	.382	.099	.400	3.854	.000	.484	2.065

a. Dependent Variable: Total Kinerja Cffeshop

- Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.461	.952		2.585	.013
	SUM_InovasiProduk	-.099	.067	-.248	-1.473	.147
	SUM_InovasiProses	-.061	.062	-.167	-.992	.326

a. Dependent Variable: Inei2

Lambiran 6: Hasil Regresi

Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.935	1.221		4.041	.000
	SUM InovasiProduk	.354	.098	.375	3.616	.000
	SUM InovasiProses	.382	.099	.400	3.854	.000

a. Dependent Variable: KinerjaKoffeshop

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.770	2	155.385	49.494	.000 ^b
	Residual	291.970	93	3.139		
	Total	602.740	95			

a. Dependent Variable: KC

b. Predictors: (Constant), IPROS, IP

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.505	1.772

a. Predictors: (Constant), IPROS, IP

b. Dependent Variable: KC