

**PENGARUH INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA OPERASIONAL
(Studi Kasus Pada Kafe Relasi di Yogyakarta)**

SKRIPSI



الجامعة الإسلامية
الاستدرا الأندونسية

Ditulis Oleh :

Nama : Lutfia Zahra Amalia
Nomor Induk Mahasiswa : 17311436
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN INOVASI PROSES TERHADAP
KINERJA OPERASIONAL
(Studi Kasus Pada Kafe Relasi di Yogyakarta)**

SKRIPSI

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



Oleh :

Nama : Lutfia Zahra Amalia
Nomor Induk Mahasiswa : 17311436
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 dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 12 November 2021

Penulis,



Lutfia Zahra Amalia

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KINERJA OPERASIONAL**

(Studi Kasus Pada Kafe Relasi di Yogyakarta)

Nama : Lutfia Zahra Amalia

Nomor Mahasiswa : 17311436

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 12 November 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Mochamad Nasito, MM.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH INOVASI PROSES DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA OPERASIONAL (STUDI KASUS PADA
KAFFE RELASI DI YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **LUTFIA ZAHRA AMALIA**

Nomor Mahasiswa : **17311436**

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

Pada hari, tanggal: Selasa, 14 Desember 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Mochamad Nasito, Drs., M.M.



Penguji : Al Hasin, Drs., MBA.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

HALAMAN PERSEMBAHAN



Teruntuk,

Allah SWT

Kedua orang tua ku tersayang

Kakak dan adik ku tersayang

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Inovasi Proses dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional (Studi Kasus pada Kafe Relasi di Yogyakarta). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan untuk memperoleh data menggunakan metode kuesioner. Responden penelitian ini adalah seluruh karyawan Kafe Relasi yang berjumlah 34 karyawan. Metode analisis yang digunakan adalah *Pearson Correlation* dengan menggunakan komputer seri program SPSS. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa inovasi proses dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi.

Kata kunci: *inovasi proses, inovasi produk, kinerja operasional.*

ABSTRACT

This research is entitled “The Influence of Process Innovation and Product Innovation on Operational Performance (Case Study on Relasi Cafe in Yogyakarta). The purpose of this study was to determine the effect of the innovation process and product performance on the operations of the Relasi Cafe. This research approach uses quantitative methods and to obtain data using a questionnaire method. Respondents of this study were all employees of the Relasi Cafe who sold 34 employees. The analytical method used is Pearson Correlation using the SPSS series computer program. The results of data analysis show that process innovation and product innovation have a positive and significant effect on the operational performance of Relasi Cafe.

Keywords: *process innovation, product innovation, operational performance.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin, puja-puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis bisa menyelesaikan dengan baik tugas akhir (skripsi) yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Proses dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional (Studi Kasus pada Kafe Relasi di Yogyakarta)”** sebagai salah satu syarat kelulusan S1 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian skripsi ini tak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari banyak pihak. Terimakasih yang tak terbendung dari hati serta penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Mochamad Nasito, Drs., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi serta ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
5. Orangtua tercinta dan kakak-kakak ku tersayang yang telah memberikan doa, semangat, dukungan serta membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Orang-orang terkasih dan sahabat-sahabat yang selalu menemani, mendoakan, dan memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.

7. Teman-teman Manajemen Angkatan 2017 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
8. Karyawan Kafe Relasi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner.
9. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dan doanya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua dengan kebaikan-kebaikan setimpal. Harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh.

Yogyakarta, 12 November 2021

Penulis,



Lutfia Zahra Amalia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Manajemen Operasional	8
2.2.2 Inovasi.....	11
2.2.3 Kinerja Operasional.....	15
2.3 Hipotesis Penelitian	16
2.3.1 Pengaruh Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional.....	16
2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional.....	17
2.4 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Lokasi Penelitian	19
3.2 Pendekatan Penelitian.....	19
3.3 Populasi dan Sampel.....	19
3.4 Variabel penelitian	19

3.5	Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5.1	Inovasi Proses.....	20
3.5.2	Inovasi Produk.....	21
3.5.3	Kinerja Operasional.....	22
3.6	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	23
3.6.1	Jenis Data	23
3.6.2	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.7	Uji Instrumen Penelitian	24
3.7.1	Uji Validitas Instrumen Penelitian	24
3.7.2	Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	24
3.8	Metode Analisis Data	25
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	25
3.8.2	Analisis Inferensial	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Karakteristik Responden.....	30
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	32
4.2.1	Uji Validitas	32
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	33
4.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	34
4.4	Uji Asumsi Klasik	37
4.4.1	Uji Normalitas	37
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	38
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	38
4.5	Pengujian Hipotesis	39
4.6	Pembahasan.....	42
4.6.1	Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta	42
4.6.2	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Keterbatasan Penelitian	45
5.3	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN		52

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	30
Tabel 4.2 Uji Validitas Inovasi Proses.....	32
Tabel 4.3 Uji Validitas Inovasi Produk.....	32
Tabel 4.4 Uji Validitas Kinerja Operasional.....	33
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4. 6 Interpretasi Kelas Interval.....	34
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Proses.....	34
Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Proses.....	35
Tabel 4.9 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Operasional.....	36
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	39
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 18



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, perusahaan hidup dalam masa transisi yang dipercepat yang ditandai dengan transformasi yang kompleks dan mendalam di semua bidang aktivitas. Kinerja bisnis merupakan cerminan keberhasilan organisasi. Sebuah organisasi bisnis yang dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya lebih cenderung memiliki tingkat pertumbuhan yang positif dan mereka cenderung memenangkan persaingan di industri. Semakin baik kinerja bisnis mereka, semakin sukses bisnis tersebut. Dengan demikian, ada kebutuhan untuk mengeksplorasi kemungkinan anteseden dari kinerja bisnis. Saat ini, dengan lingkungan bisnis yang berubah, inovasi adalah kunci untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan banyak bisnis. Di dunia, inovasi berlangsung dengan cepat dan kuat (van Nguyen & Nguyen, 2020). Besarnya inovasi tercermin terutama dalam pesatnya perkembangan produk dan teknologi baru, tetapi perubahannya tidak hanya tentang hal-hal yang nyata. Organisasi semakin terlibat dalam tindakan inovatif yang diarahkan pada manajemen, organisasi, dan metode konfigurasi bisnis yang berkontribusi pada pencapaian kinerja operasional yang berkelanjutan (Dorin, 2019).

Prediktor fundamentalis dari keefisienan dan kedayagunaan perusahaan manufaktur disebut dengan kinerja operasional. Selain itu, istilah tersebut merujuk pada perwujudan kemahiran sumber daya pengetahuan yang dikendalikan dan

dipakai untuk menyediakan produk organisasi serta usaha pembaruan proses (Al-Sa'di et al., 2017). Inovasi akan menciptakan sesuatu yang baru untuk bersaing. Inovasi adalah proses kreatif dan interaktif, yang melibatkan institusi pasar dan non-pasar. Sistem ini terdiri dari kemitraan, hubungan interaksi, dan proses produksi. Selain itu, ini adalah proses belajar. Inovasi adalah budaya organisasi, yang mencerminkan keterbukaan terhadap ide baru. Sementara itu, kapasitas seorang individu dalam mengonversikan berbagai ide segar menjadi produk atau proses aktual secara adaptif merupakan kapabilitas inovatif (Tarigan, 2018).

Inovasi adalah proses yang kompleks dan dinamis (dan kadang-kadang tampak sporadis) yang menunjukkan beberapa paradoks. Walaupun inovasi didorong oleh persaingan, namun tidak akan berkembang tanpa adanya kemitraan (co-operation), dan terkadang kemitraan dapat terjadi antarperusahaan kompetitor. Selain bergantung pada kinerja perusahaan, perguruan tinggi, dan penyusun kebijakan, Inovasi juga bepegang pada proses mereka dalam berkolaborasi. Inovasi adalah proses pembelajaran sosial. Inovator dan adopter membutuhkan proses ini, apakah itu masalah teknis atau hal-hal penting lainnya. Dibutuhkan interaksi aktif untuk keberhasilan inovasi. Perusahaan kecil dan menengah yang melakukan inovasi akan mengubah proses untuk menghasilkan produk yang lebih baik, yang akan meningkatkan kinerja perusahaan (Tarigan, 2018).

Inovasi merupakan komersial atau industri dari sesuatu yang baru: produk baru, proses atau metode produksi, pasar baru atau sumber pasokan, bentuk baru bisnis komersial atau organisasi keuangan. Pencetusan suatu produk mutakhir, pemasaran jasa, atau pengembangan kuantitas pada sesuatu yang sudah ada

merupakan skema dari inovasi. Ini didasarkan pada hasil perkembangan teknologi baru, kombinasi baru dari teknologi yang ada atau pemanfaatan pengetahuan lain yang diperoleh perusahaan (Reguia, 2014). Inovasi digambarkan sebagai proses yang di dalamnya memuat penciptaan produk atau pemfasilitasan, kelembagaan, serta teknologi baru. Inovasi juga mengandung makna berupa bentuk eskalasi modifikatif dari suatu barang atau jasa dengan pendayagunaan runtutan pengolahan dan organisasi teknologi yang sebelumnya telah beroperasi. Inovasi dapat diklasifikasikan sebagai: inovasi produk (menyediakan barang atau jasa baru atau lebih baik);inovasi proses (menyediakan cara baru untuk mengatur dan menggabungkan input dalam proses produksi);dan inovasi organisasi (menyediakan sumber daya perusahaan yang baru atau lebih baik) (Ramadani et al., 2019). Al-Sa'di et al., (2017) membagi dua inovasi menjadi inovasi proses dan inovasi produk.

Li et al., (2007) menyatakan bahwa inovasi proses diperlukan untuk mengembangkan produk baru dan menekan biaya produksi suatu produk, yang mampu memberikan keunggulan kompetitif suatu perusahaan di pasar. Dalam mengembangkan inovasi, perusahaan dimungkinkan untuk berinovasi dengan meningkatkan kualitas dan menawarkan harga yang kompetitif. Hal ini didukung oleh Walker et al., (2011) yang mengungkapkan bahwa signifikansi antara inovasi produk dan runtutan inovatif memengaruhi performa perusahaan secara positif. Koellinger (2008) menambahkan bahwa perusahaan yang inovatif tumbuh lebih cepat daripada yang pasif.

Inovasi produk adalah inovasi yang memungkinkan produk yang lebih baik untuk ditawarkan daripada yang saat ini ada di pasar, dalam arti menawarkan lebih banyak fungsi atau kinerja yang lebih baik. Melalui inovasi produk, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan membedakan produksinya dan meningkatkan kualitas dan variasi barang yang memungkinkan untuk menumbuhkan permintaan dan membuka peluang pertumbuhan baru (Vadastreanu et al., 2015).

Salah satu organisasi bisnis yang memperhatikan tingkat kinerja bisnis mereka adalah Kafe Relasi. Bisnis Kafe memiliki pertumbuhan bisnis yang baik atau meningkat pada setiap tahunnya. Jumlah Bisnis Kafe meningkat juga dirasa karena memerlukan modal yang tidak besar untuk memulai bisnis ini. Dengan adanya peningkatan pertumbuhan bisnis Bisnis Kafe pada setiap tahunnya maka akan menimbulkan persaingan bisnis yang tinggi dan ketat pula. Kondisi ini menempatkan seluruh pihak yang terlibat dalam perusahaan Bisnis Kafe pada obstruksi kompetitif ketat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul skripsi **“Pengaruh Inovasi Proses dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional (Studi Kasus pada Kafe Relasi di Yogyakarta)”**

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini terbagi atas persoalan berikut:

1. Apakah inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi?

2. Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Target penelitian sesuai dengan uraian rumusan masalah di atas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif inovasi proses terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh positif inovasi produk terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Teoretis

Penelitian ini ditujukan agar mampu menyumbangkan pengetahuan secara komprehensif mengenai pemicu kinerja operasional Kafe Relasi. Serta, dapat memberikan kontribusi terhadap teori yang berlaku yang dipakai dalam penelitian ini. Selain itu, diharapkan dapat menjadi referensi untuk studi kinerja operasional selanjutnya.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi dalam mengembangkan kinerja operasional melalui inovasi proses dan inovasi produk.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Al-Sa'di et al., (2017) meneliti mengenai pengaruh manajemen pengetahuan (KM) pada inovasi produk dan proses, serta kinerja operasional (OP). Selain itu, efek inovasi produk dan proses pada OP, serta efek mediasinya pada hubungan antara KM dan OP, juga diselidiki. Survei berbasis kuesioner dirancang dan digunakan untuk mengumpulkan data dari 207 perusahaan manufaktur yang beroperasi di ibu kota Yordania, Amman. Untuk menilai validitas konstruk, analisis faktor eksploratori dan konfirmatori dilakukan. Untuk menguji hipotesis penelitian, diterapkan metode bootstrap re-sampling menggunakan makro PROCESS multi-mediator SPSS milik Hayes. Hasil menunjukkan bahwa KM memiliki dampak konstruktif yang substansial terhadap OP serta inovasi produk dan proses. Secara signifikan, terlihat bahwa inovasi proses memberikan dampak positif terhadap OP, sebaliknya dampak tersebut tidak terdeteksi pada inovasi produk. Signifikansi yang terjadi ialah inovasi proses saja yang memediasikan pertalian KM-OP

Penelitian Ramadani et al., (2019) pengaruh inovasi pada kinerja melalui pemodelan persamaan multistage. Ini mengisi kesenjangan dalam memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk - hubungan kinerja perusahaan dalam ekonomi transisi. Penelitian ini adalah salah satu yang pertama menggunakan inovasi produk saja untuk mengukur dampak inovasi pada kinerja perusahaan. Temuan memperlihatkan bahwa performa perusahaan terdampak secara positif oleh adanya inovasi produk di ekonomi transisi,

dilengkapi dengan dampak signifikan dari variabel kontrol tertentu seperti ukuran, total biaya tenaga kerja, modal perusahaan. Sedangkan usia dan persaingan dari sektor informal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja.

Penelitian Tohidi & Jabbari, (2012) meneliti analisis efisiensi inovasi produk dalam suatu organisasi. Artikel ini telah mencoba untuk menunjukkan dimensi yang berbeda dari inovasi produk dan juga memeriksa subjek ini dalam situasi yang berbeda dari suatu organisasi, dengan menggunakan contoh dari penelitian yang dilakukan di seluruh dunia. Inovasi produk dianggap sebagai metode baru dalam teknik industri, oleh karena itu para ilmuwan mencoba untuk memeriksa hasilnya dan membantu evolusinya di masa depan dengan penelitian yang mendalam. Diharapkan bahwa lebih banyak hasil dan efek positif dari inovasi produk akan terlihat di masa depan.

Penelitian Li et al., (2007) meneliti mengenai pengaruh perilaku manajemen pada hubungan antara faktor-faktor seperti pasar, tata kelola dan sumber daya suatu perusahaan, dan pilihan jenis inovasi teknologi di badan usaha milik negara (BUMN) Cina. Penulis mengembangkan model persamaan struktural dan 12 hipotesis serta menguji model dan hipotesis menggunakan sampel 274 BUMN di China. Studi ini menemukan bahwa pilihan jenis inovasi di antara BUMN Cina tergantung pada turbulensi di lingkungan, dan pada sumber daya organisasi. Kontribusi utama dari penelitian ini meliputi: menguji teori inovasi yang ada dalam konteks BUMN China; mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk dan inovasi proses dalam konteks tersebut; dan menunjukkan bahwa

kekuatan pasar dan tata kelola internal secara bersamaan mempengaruhi inovasi BUMN.

Penelitian YuSheng & Ibrahim (2020) pengaruh adopsi inovasi terhadap kinerja bank di Ghana. Data tersebut terhimpun dari 450 responden yang terdiri dari karyawan bank dan nasabah di wilayah metropolitan Kumasi di Ghana. Analisis data yang dipakai meliputi analisis faktor eksplorasi, faktor konfirmatori, dan pemodelan persamaan struktural melalui SmartPLS 3 dan SPSS V.22. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dimensi inovasi yang berkontribusi terhadap inovasi bank adalah inovasi organisasi, produk, proses, dan pemasaran. Studi lebih lanjut mengungkapkan hubungan langsung dan positif antara dimensi inovasi (produk, pemasaran, dan inovasi organisasi) dan kinerja bank. Selain itu, temuan dari penelitian ini memperlihatkan relevansi positif antara kemampuan inovasi dan empat dimensi inovasi (organisasi, produk, proses, dan inovasi pasar). Juga, temuan mengungkapkan signifikansi relasi dan konstruktif antara dimensi inovasi (pasar, proses, dan inovasi produk) dan kinerja perusahaan. Implikasi praktisnya, pemilihan jenis inovasi yang tepat dapat meningkatkan kinerja bank sekaligus memenuhi kebutuhan nasabah. Studi ini memperluas literatur tentang adopsi inovasi dan kinerja organisasi dalam layanan keuangan dari konteks pasar berkembang.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Manajemen Operasional

Heizer & Render (2016) menjelaskan bahwa rangkaian penciptaan suatu produk atau pemfasilitasan yang dijalankan dalam suatu kelembagaan dan melewati proses transfigurasi input menjadi output disebut sebagai manajemen operasi.

Istilah tersebut juga merujuk pada runtutan aktivitas yang terdiri atas skema, realisasi, dan pemugaran sistem sebagai pencipta dan promotor produk dan layanan (Chase et al., 2006).

Segala proses individu yang dikelola seefisien mungkin juga terdapat pada realisasi manajemen operasi. Manajemen dalam fungsi operasi diputuskan berdasarkan strategik, taktik, serta pemrograman dan pengontrolan operasi atau dalam kurun waktu yang singkat. Pada tingkatan strategik atau jangka panjang, efektivitas perusahaan dipengaruhi atas keputusan manajemen. Level ini mengharuskan penetapan keputusan berada pada situasi pasti karena menjadi tolok ukur atas pelaksanaan aktivitas di tingkat lain. Selain itu, keputusan harus berlandaskan atas strategi korporat. Material dan pekerja sebagai aksesibilitas tingkat strategik dijadwalkan pada jangka menengah atau keputusan taktik. Sementara itu, aktivitas pada jangka pendek berupa persiapan dan pengontrolan operasi yang meliputi program kerja harian atau mingguan, aksentuasi penuntasan pekerjaan, dan pelaksana operasi (Ariani, 2009).

Render dan Heizer (2016) menjelaskan bahwa sensibilitas manajer atas suatu keputusan yang ditetapkan pada sepuluh kawasan manajemen operasional memengaruhi ketercapaian rendahnya biaya, disimilasi, serta kecepatan respon. Situasi tersebut dinamakan dengan keputusan operasi (*operations decisions*). Keputusan manajemen operasional yang dimaksud mencakup perencanaan barang dan jasa, mutu, perencanaan proses dan daya serap, penetapan tempat, perencanaan penempatan, Sumber Daya Manusia (SDM) dan rincian tugas, tata kelola suplai, stok, pengagendaan, dan pemeliharaan.

Kesepuluh bagian tersebut masing-masing memiliki peran yang berbeda. Penetapan transformasi yang akan datang, dijalankan pada perencanaan barang dan jasa. Lingkup ini berpengaruh atas putusan biaya, mutu, dan SDM. Sementara itu, standardisasi mutu diidentifikasi melalui parameter yang disuguhkan konsumen, sehingga diputuskan menjadi kebijakan dan tahapan baku secara universal. Putusan atas mutu memengaruhi manajemen dalam pengambilan komitmen pada perencanaan proses dan daya serap. Hal ini melibatkan spesifikasi teknologi, kualitas, pendayagunaan SDM, dan preservasi. Akhirnya, komposisi biaya dasar perusahaan ditentukan oleh komitmen belanja dan modal.

Salah satu penentu keberhasilan perusahaan ialah tempat kelembagaan manufaktur dan jasa tersebut berdiri. Artinya, perlu dilakukan perencanaan penempatan yang di dalamnya terdiri atas arus material, kebutuhan daya serap dan stok, susunan pekerja, serta penetapan teknologi. Pekerja yang terdiri atas SDM merupakan elemen mahal atas integralistik rancang sistem. Sejalan dengan hal ini, kapabilitas manusia sebagai pekerja harus searah dengan sumbangsih yang diberikan terhadap lingkungan kerja. Ketika pekerja menjalankan tugas sebagaimana mestinya, performa tersebut terbayar dengan upah yang telah ditetapkan secara transparan.

Tata kelola suplai memutuskan segala hal terkait tindakan dan perbelanjaan stok. Pengoptimalan output dari tata kelola suplai dapat tercapai ketika kepuasan konsumen, pemasok, rancangan produksi, dan SDM menjadi pertimbangan dalam penetapan keputusan. Selanjutnya, agenda penggarapan produksi secara efisiensi wajib ditingkatkan. Terakhir, ketika responsibilitas masing-masing elemen

bergerak sesuai peran, pembuatan keputusan harus berdasar pada kecakapan dan kestabilan rencana. Hal ini menjadikan preservasi atau pemeliharaan dapat tercapai.

2.2.2 Inovasi

2.2.2.1 Pengertian

Inovasi adalah istilah yang luas dengan beberapa terminologi termasuk "baru", "perubahan", "peluang", "ide kreatif", "adopsi organisasi", dan "penciptaan nilai" (Dadfar et al., 2013). Inovasi telah didefinisikan sebagai proses mengubah peluang menjadi ide-ide baru, adopsi ide-ide ini dalam organisasi, dan penerapan yang berhasil dari hal-hal baru yang dihasilkan dengan cara yang memberikan nilai bagi organisasi (Dadfar et al., 2013).

Crossan & Apaydin (2010) juga mendefinisikan inovasi sebagai pengolahan atau pemungutan, penyesuaian, dan pendayagunaan mutasi pertambahan kuantitas dalam sosial ekonomi. Lebih lanjut, Crossan & Apaydin (2010) menambahkan bahwa pemugaran dan ekspansi produk, pemfasilitasan, dan pasar serta kebaruan dalam proses produksi dan penyusunan sistem tata kelola termasuk ke dalam unit inovasi. YuSheng & Ibrahim (2020) menyebutkan bahwa, "inovasi adalah aspek filosofi perusahaan dan keterbukaan terhadap ide-ide baru." Mereka menambahkan konstruksi lain (yaitu, kemampuan berinovasi), dengan penjelasan berupa kapabilitas kelembagaan dalam menyalin atau mengaplikasikan pokok pikiran, proses, atau produk baru dengan sukses." Inovasi terbentuk atas wawasan dan pengalaman yang terakumulasi serta mampu menjadi modifikasi teknis ekstra atau pertumbuhan kesempatan teknis.

Inovasi adalah "pekerjaan yang ditentukan dan didedikasikan untuk

mewujudkan perubahan organisasi dalam potensi ekonomi atau sosial." Dia menekankan bahwa, "inovasi adalah proses pengembangan pertumbuhan organisasi melalui perbaikan mutu fasilitasi, lead time yang lebih singkat di kelembagaan nirlaba, pemotongan dan pencegahan biaya, serta pemusatan pertumbuhan omset kelembagaan. Inovasi sebagai, produk baru, layanan baru, teknologi baru, atau praktik administrasi baru yang digunakan oleh organisasi untuk meningkatkan penyampaian proses bisnis atau layanannya. Inovasi dengan demikian, "melahirkan produk, proses, dan sistem baru yang dibutuhkan dalam adaptabilitas atas transisi pasar, teknologi, dan bentuk kompetitif" (YuSheng & Ibrahim, 2020).

2.2.2.2 Inovasi Proses

Inovasi proses menjadi lebih penting baru-baru ini. Ini didefinisikan sebagai penerapan kiat produksi atau distribusi baru yang dipupuk melalui peralihan vital pada teknik, perlengkapan, dan perangkat lunak (Al-Sa'di et al., 2017). Daya guna, inventivitas, mutu, dan pengurangan biaya produksi ditingkatkan pada inovasi proses. Inovasi tersebut mengikutsertakan penyempurnaan dalam kiat produksi dan pemasokan, akuntabilitas, komputasional, perbelanjaan, serta proteksi (Polder et al., 2010). Organisasi yang menggunakan inovasi proses bertujuan untuk menghasilkan produk inovatif dan produk baru juga (Hassan et al., 2013). Ini mungkin memerlukan adopsi metode baru yang belum pernah digunakan sebelumnya (Polder et al., 2010).

Al-Sa'di et al. (2017) menunjukkan dua tahap utama inovasi proses yang meliputi inisiasi dan implementasi. Dia menegaskan bahwa tahap inisiasi

melibatkan apa yang disebut "keterbukaan terhadap inovasi" yang ditentukan oleh kesediaan anggota organisasi untuk mengadopsi atau menolak inovasi. Literatur terbaru menekankan kembali pentingnya tahapan inovasi proses dan mengkonfigurasi ulang mereka (Lendel et al., 2015). Tahapan ini termasuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan peluang inovasi, mencari ide baru, konversi ide, difusi dan generasi. Aspek lainnya adalah terciptanya kombinasi yang kuat antara sumber internal dan eksternal untuk menghasilkan hasil yang unggul. Sepanjang proses inovasi, cara organisasi menggunakan pengetahuan dan ide dari mitra eksternal dianggap sebagai inti dari inovasi. Penting untuk membangun sistem kontrol yang efektif untuk mengevaluasi penyimpangan dan kegagalan dari berbagai tahap inovasi proses sehingga dapat memastikan keberhasilan implementasi (Al-Sa'di et al., 2017).

2.2.2.3 Inovasi Produk

Inovasi produk terhubung dengan introduksi produk baru serta peningkatan dari sesuatu yang telah berwujud (Chang et al., 2012). Inovasi produk dapat mencakup perubahan desain yang, pada gilirannya, menyebabkan perubahan penting dalam penggunaan atau fitur suatu produk. Kepemilikan inovasi produk oleh kelembagaan bertujuan mengeskalisasi kuantitas produk dan mengoptimalkan daya guna (Polder et al., 2012). Al-Sa'di et al. (2017) menambahkan bahwa penggunaan teknologi dan wawasan aktual serta pendayagunaan unifikasi baru antara teknologi dengan pengetahuan yang dimiliki dapat menyukseskan inovasi produk.

Secara umum, inovasi produk dianggap sebagai proses yang sulit karena

didorong oleh perubahan kebutuhan pelanggan, kemajuan teknologi, peningkatan persaingan internasional dan pengurangan siklus hidup produk. Inovasi produk adalah proses berkelanjutan dan lintas fungsi yang melibatkan dan mengintegrasikan semakin banyak diferensiasi kemampuan atas limit internal dan eksternal organisasi. Inovasi produk memberi produsen kesempatan untuk menjaga portofolio produk mereka tetap kompetitif dan akibatnya mencapai keunggulan kompetitif yang mereka cari. Terlepas dari semua keunggulan inovasi produk sebelumnya, ini masih merupakan upaya yang berisiko dan mahal karena hasilnya menunjukkan tingkat keberhasilan yang rendah dan banyak proyek yang berakhir di tengah siklus pengembangan. Dalam rangka menyukkseskan target kelembagaan, inovasi produk harus membangun signifikansi relasi kelembagaan juga dengan konsumen dan leveransir (Al-Sa'di et al., 2017).

Sebuah bisnis yang mengadopsi orientasi pasar yang responsif selalu berusaha untuk mempertimbangkan kebutuhan pelanggan di pasar atau segmen mereka; akibatnya meningkatkan layanan atau produk melalui inovasi. Dari perspektif pemrosesan informasi, memberikan banyak perhatian kepada pelanggan memberi organisasi kemampuan untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang perubahan pasar yang memainkan peran penting dalam mencapai inovasi produk yang sukses. Lebih lanjut, orientasi pasar yang responsif memberikan peluang bagi organisasi untuk meningkatkan keandalan penggunaan informasi dan prediktabilitas pencarian informasi dan untuk mengurangi kompleksitas aplikasi informasi dalam proses pengembangan produk baru. Memusatkan perhatian terhadap kebutuhan mendatang konsumen memberi kelembagaan pemberitahuan

terhadap perkembangan pasar dan teknologi baru; itu juga berpartisipasi dalam meningkatkan kemampuan organisasi untuk menggunakan perkembangan ini dalam inovasi produk. Ini akan, akibatnya, berpartisipasi dalam memberikan penawaran dengan manfaat khusus (Al-Sa'di et al., 2017).

2.2.3 Kinerja Operasional

Penyusunan dan pemertahanan daya saing disokong oleh responsibilitas vital fungsi operasi. Artinya, perlu dirumuskan strategi operasional melalui implementasi taktik saing yang dimiliki oleh suatu perusahaan manufaktur. Al-Sa'di et al. (2017) menjelaskan bahwa pengutamaan persaingan dalam manufaktur terletak pada peluang yang dimiliki kelembagaan tidak terbatas. Keleluasaan yang dimaksud merujuk pada penentuan kompetitif di suatu pasar serta penetapan kategorisasi pasar yang dituju (Al-Sa'di et al., 2017).

Tan et al. (2007) mengartikan kinerja operasional sebagai akhir dari suatu pencapaian atas kapabilitas keterampilan singularis. Kinerja ini disebut juga dengan istilah kinerja internal atau proses, sebagai perbaikan dalam menanggapi organisasi terhadap lingkungan kompetitif yang berubah (Al-Sa'di et al., 2017).

Biasanya, kinerja operasional mencakup perwujudan operasi intern suatu kelembagaan seperti produk, mutu proses, keefektifan, serta keproduktifan (Ketokivi & Schroeder, 2004). Selaras dengan pernyataan itu, pengukuran daya produksi, keberhasilan, dan daya guna operasi intern merupakan ruang lingkup kinerja operasional (Abdallah et al., 2014). Lebih lanjut Abdallah et al. (2014) menekankan bahwa mayoritas penelitian memusatkan kinerja operasional pada mutu, anggaran, pendistribusian, dan keluwesan. Pendekatan kami adalah mengikuti parameter

umum penggunaan kinerja operasional tersebut.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasional

Pertumbuhan performa dan kuantitas kelembagaan tercapai melalui suatu kondisi yang disebut dengan inovasi (Al-Sa'di et al., 2017). Artinya, keinovatifan suatu organisasi atau kelembagaan dapat mendeteksi keunggulan daya produk serta progres ekonomi yang signifikan daripada ketika tidak melakukan inovatif. Keberhasilan kelembagaan pada ruang lingkup kinerja operasional meliputi mutu, perbelanjaan atau biaya, pendistribusian, dan keluwesan sebagai buah dari pemusatan sumber daya dan usaha pada pengembangan yang melibatkan inovasi produk dan proses (Tan et al., 2007).

Inovasi proses “adalah pengenalan metode produksi atau penyampaian layanan yang baru dan disempurnakan oleh perusahaan yang mencakup perubahan signifikan dalam teknik, peralatan, serta perkakas dan mesin” (YuSheng & Ibrahim, 2020). Inovasi proses merupakan setiap organisasi yang menerapkan proses produksi baru atau signifikan selama periode tinjauan organisasi.” Ini melibatkan perbaikan kecil dan bertahap yang datang dari karyawan dan belum tentu manajer. Dalam menjelaskan apa yang merupakan inovasi proses, hasil inovasi proses harus signifikan sehubungan dengan tingkat output seperti peningkatan kualitas produk atau penurunan biaya produksi atau distribusi.

Dalam mempertimbangkan inovasi sebagai sebuah proses, model urutan kesatuan untuk menjelaskan proses inovasi. Mereka memandang proses inovasi sebagai generator atau pengadopsi inovasi. Layanan perbankan berkaitan dengan berbagai proses yang mengarah pada penyampaian layanan perbankan. Dengan

demikian, setiap proses yang berupaya meningkatkan penyampaian layanan kepada pelanggan akan mengarah pada peningkatan bisnis. Dengan demikian berpendapat bahwa, inovasi proses, karena sifatnya yang memangkas biaya, akan lebih berpengaruh pada pertumbuhan atau kinerja perusahaan (Al-Sa'di et al., 2017).

Rajapathirana dan Hui (2018), YuSheng & Ibrahim (2020), dan Al-Sa'di et al. (2017) menemukan bahwa inovasi proses memberikan dampak positif dan substansial atas kinerja kelembagaan terkait finansial, progres, konsumen, dan proses internal. Hal ini berarti :

H1 : Inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional

2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional

Introduksi produk atau fasilitas baru yang “secara substansial dioptimalkan sehubungan dengan fitur, kinerja, dan kualitas disebut sebagai inovasi produk” (Ferrari & Rocca, 2010). Barang dan jasa dalam inovasi produk secara prinsipiel dimaksimalkan sesuai spesifikasi atau target implementasinya. Termasuk di dalamnya berupa pertumbuhan substansial dalam perincian teknis, elemen dan material, perangkat lunak yang terkonsentrasi, reseptif aplikasi serta spesifikasi fungsional lain (Atalay et al., 2013).

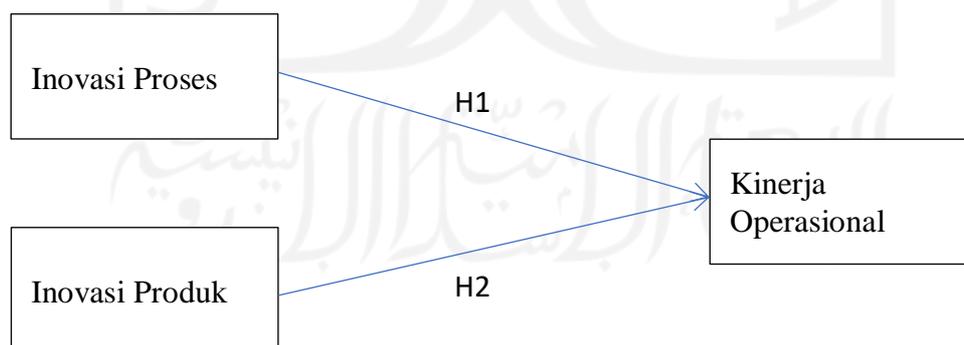
Signifikansi pertumbuhan fitur, teknis, unsur dan material, penanaman perangkat lunak, reseptif pemakai, portabilitas, serta ketahanan terlibat dalam inovasi produk (YuSheng & Ibrahim, 2020). Oleh karena itu, kualitas suatu produk, fitur-fitur utamanya, dan cara beroperasinya itulah yang disebut sebagai inovasi produk. John (1999) menegaskan bahwa, bank dapat menawarkan produk/jasa baru kepada nasabah dengan menggunakan inovasi. Produk-produk inovatif

berfungsi sebagai cara untuk menarik masyarakat untuk berlangganan produk/layanan. Untuk membedakan penawaran mereka dari pesaing lain, perusahaan yang sukses paling sering menggunakan inovasi produk atau layanan untuk membedakan produk atau layanan mereka dari yang lain, memberi mereka keunggulan kompetitif (YuSheng & Ibrahim, 2020). Inovasi produk dengan demikian, dianggap sebagai salah satu faktor kunci dalam dimensi inovasi serta secara efektif berperan dalam kinerja organisasi.

Rajapathirana dan Hui (2018), YuSheng & Ibrahim (2020), dan Al-Sa'di et al. (2017) menemukan bahwa inovasi produk memberikan dampak konstruktif dan substansial pada finansial, progres, konsumen, dan proses internal. Hal ini berarti :
H2 : Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kafe Relasi.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dimaknai sebagai subjek penelitian secara utuh (Arikunto, 2010). Sementara itu, sampel didefinisikan sebagai perwujudan atas populasi (Arikunto, 2010). Sejalan dengan pengertian di atas, semua pegawai Kafe Relasi ditetapkan sebagai populasi dalam penelitian ini yang berjumlah 34 karyawan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian sensus karena jumlah populasi yang relatif kecil dengan mengambil seluruh populasi yaitu sebanyak 34 karyawan sebagai sampel.

3.4 Variabel penelitian

Kesimpulan atas suatu fenomena yang di dalamnya terdapat atribut, karakteristik, kuantitas seseorang, obyek, atau aktivitas yang memiliki varietas tertentu ditarik dari suatu variabel penelitian (Sugiyono, 2014). Variabel dapat

memudahkan penjaringan proses analisis statistik, yang selanjutnya dalam penelitian ini dikategorisasikan sebagai variabel independen dan dependen.

Kedua variabel tersebut secara umum dikenal sebagai variabel bebas dan terikat. Sebagai variabel bebas, variabel independen bersifat memberikan pengaruh atau kausal atas terjadinya variabel dependen (Sugiyono, 2014). Di samping itu, Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa variabel dependen sebagai variabel terikat yaitu variabel yang terpengaruh atau wujud konsekuensi atas variabel bebas. Sesuai dengan pemaknaan tersebut, variabel independen dalam penelitian ini ialah inovasi proses, (X_1), *inovasi produk* (X_2). Sementara itu, variabel dependen yakni kinerja Operasional (Y).

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Inovasi Proses

Realisasi metode produksi serta perkembangan atau transmisi baru yang mencakup modifikasi vital dalam teknik, perlengkapan, dan perangkat lunak merupakan istilah yang merujuk pada inovasi proses (Al-Sa'di et al., 2017). Inovasi proses “adalah pengenalan metode produksi atau penyampaian layanan yang baru dan disempurnakan oleh perusahaan yang mencakup perubahan signifikan dalam teknik, peralatan, serta perkakas dan mesin” (YuSheng & Ibrahim, 2020). Indikator-indikator mengacu pada penelitian (Al-Sa'di et al., 2017) dijelaskan sebagai berikut:

1. Badan usaha kami menetapkan dan mengeliminasi berbagai kegiatan yang tidak memengaruhi pertambahan kuantitas dalam proses produksinya
2. Badan usaha kami secara teratur menekan dana yang memiliki relevansi

atas proses manufaktur, mesin, teknik, dan perangkat lunaknya

3. Perusahaan kami secara teratur meningkatkan kualitas proses manufaktur, teknik, mesin, dan perangkat lunaknya
4. Badan usaha kami menetapkan serta menghapus berbagai tindakan yang tidak memberikan dampak atas proses pendistribusian produk
5. Badan usaha kami secara teratur meminimalkan biaya terkait pengangkutan produk beserta proses logistiknya
6. Badan usaha kami secara teratur menumbuhkan kecepatan transmisi dan ketersediaan produk

3.5.2 Inovasi Produk

Inovasi produk terhubung dengan introduksi produk mutakhir dan memperbaiki mutu yang sudah berwujud (Chang et al., 2012). Inovasi produk dapat mencakup perubahan desain yang, pada gilirannya, menyebabkan perubahan penting dalam penggunaan atau fitur suatu produk. (Polder et al., 2012). Indikator-indikator mengacu pada penelitian (Al-Sa'di et al., 2017) :

1. PRDIN1: secara sistematis, material dan unsur penunjang produk ditingkatkan kualitasnya oleh perusahaan kami
2. Penekanan biaya unsur pendukung dan material produk secara sistematis dilakukan oleh perusahaan kami
3. Fitur baru dikembangkan dan ditambahkan oleh perusahaan kami pada produk terkini sebagai upaya aksesibilitas pemakaian yang terjangkau, sehingga memengaruhi kepuasan konsumen atas produk
4. Pengembangan produk dengan diferensiasi fungsionalitas dan spesifikasi

yang berbeda dari yang sudah ada

5. Perusahaan kami mengembangkan produk baru berdasarkan komponen serta material baru yang tidak sama dengan penggunaan saat ini

3.5.3 Kinerja Operasional

Kinerja operasional dapat didefinisikan sebagai "output atau hasil yang dicapai karena kemampuan operasional yang unik" (Tan et al., 2007). Menurut Ketokivi & Schroeder (2004), kinerja operasional biasanya diukur sebagai seperangkat beberapa dimensi yang mencerminkan operasi internal suatu organisasi dalam hal elemen produk, kualitas proses, efisiensi, dan produktivitas. Indikator-indikator mengacu pada penelitian (Al-Sa'di et al., 2017) :

1. perusahaan kami secara teratur meningkatkan kualitas komponen dan bahan yang digunakan dalam pembuatan produk kami saat ini
2. perusahaan kami secara teratur menurunkan biaya komponen dan bahan yang digunakan dalam pembuatan produk kami saat ini
3. Peningkatan dan penambahan fitur pada produk dilakukan oleh perusahaan kami demi terwujudnya aksesibilitas konsumen atas produk
4. Pengembangan produk baru disertai spesifikasi teknis dan diferensiasi fungsionalitas produk sebelumnya
5. Ruang lingkup pengembangan produk baru pada perusahaan kami yaitu unsur penunjang dan material baru yang tentunya memiliki diferensiasi dari yang sebelumnya dipakai perusahaan

3.6 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data tersebut didapatkan dari sejumlah responden melalui pengamatan secara langsung di lapangan atau dengan cara riset. Pemerolehan data ditunjang oleh pengaplikasian metode kuesioner. Ketika data berupa tanggapan responden atas serangkaian persoalan yang dirangkum dalam bentuk kuesioner atau data khusus terhimpun, penelitian berlanjut pada tahap analisis. Penetapan kuesioner sebagai instrumen penelitian disebabkan oleh subyek penelitian yang merupakan pimpinan setiap kelembagaan dalam mengoptimalkan usahanya.

Dalam penelitian ini, indikator kuesioner yang tersaji pada responden, terdiri atas:

- a. Bagian pengidentifikasian subyek berupa identitas yang terdiri atas:
 - a. Jenis kelamin
 - b. Usia, untuk mengetahui usia produktif karyawan
 - c. Lama bekerja, untuk mengetahui pemahaman karyawan mengenai kinerja perusahaan
- b. Bagian pendeteksi kategori variabel independen dan dependen.

3.6.2 Metode Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dilakukan melalui pendayagunaan instrumen berupa kuesioner. Instrumen tersebut memuat daftar interogatif sebagai penggambaran atas seluruh indikatif variabel penelitian. Skala likert pada penelitian ini berfungsi mengonversikan berbagai variabel data menjadi bentuk statistik. Respon diminta

meninggalkan tanda silang (X) pada salah satu opsi yang dinilai merupakan jawaban atas persoalan yang diajukan.

Peneliti menyediakan 5 opsi yang salah satunya harus dipilih oleh responden. Masing-masing opsi mengandung nilai. Pada jawaban positif terkandung nilai berjumlah 5 dan jawaban sangat negatif diberikan nilai sebesar 1. Lebih lanjut, penilaian yang dimaksud ialah: (1) sangat setuju setara dengan nilai 5, (2) setuju setara dengan nilai 4, (3) netral setara dengan nilai 3, (4) tidak setuju setara dengan nilai 2, dan (5) sangat tidak setuju setara dengan nilai 1.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Validitas dapat didefinisikan sebagai penambungan data dalam pengukuran apa yang diukur tingkat ketepatan dalam riset (Supardi, 2005). Validitas suatu penilaian atau alat menunjukkan sejauh mana itu merupakan ukuran yang memadai dari kurikulum dan tujuan yang diwakilinya. Validitas adalah tingkat di mana tes mengukur apa yang seharusnya diukur. Kesalahpahaman yang umum adalah bahwa tes itu, atau, tidak valid. Rumus korelasi *product moment* digunakan dalam perhitungan yaitu perbandingan skor masing-masing pernyataan dengan skor total (Supardi, 2005). Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat dinyatakan suatu instrument valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran akan memberikan respons yang sama dalam keadaan yang sama. Reliabilitas adalah level dalam pengujian dalam ukuran yang konsisten pada setiap tes. Sebuah instrumen penelitian dapat disebut keandalan alat yang digunakan apa yang digunakan untuk mengukur

pernyataan yang digunakan di kapan dan kapan saja, hasilnya sama (Supardi, 2005). Koefisien alpha digunakan untuk mengetahui data reliabel atau tidak digunakan. Apabila koefisien alpha $\geq 0,60$ maka dinyatakan handal (Ghozali, 2015).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif berguna untuk menggambarkan fitur dasar data, misalnya, statistik ringkasan untuk variabel skala dan ukuran data. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa statistik yang penyajiannya berupa tabel ringkas memudahkan peneliti dalam pengelolaan data besar. Analisis ini merupakan penjelasan mengenai identitas sample yang diteliti.

3.8.2 Analisis Inferensial

Statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis dan terdiri dari statistik parametrik dan statistik non-parametrik. Parametrik statistik inferensial digunakan ketika persyaratan analisis terpenuhi dan/atau data yang dianalisis adalah interval dan/atau rasio. Analisis inferensial terdiri dari :

1. Regresi Linear Berganda

Regresi berganda digunakan sebagai alat statistik deskriptif yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Regresi berganda dapat diterapkan di mana variabel independen memiliki hubungan yang signifikan dengan orang lain dan dengan variabel dependen ke berbagai tingkat. Selain itu, regresi berganda adalah perpanjangan di mana beberapa variabel independen atau hanya satu variabel

independen digabungkan untuk memprediksi nilai pada variabel dependen untuk setiap subjek. Model dalam analisis regresi berganda ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen kinerja Operasional

b_1, b_2 = koefisien regresi dari variabel X_1, X_2

X_1 = Inovasi Proses

X_2 = Inovasi Produk

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam rangka mendeteksi kenormalan pendistribusian model regresi residual dilakukan pengujian yang disebut dengan uji normalitas. Dalam penelitian ini, uji normalitas mengadopsi KolmogorovSmirnov. Prinsip dasar untuk mengambil keputusan tergantung pada nilai yang signifikan (Ghozali, 2015). Perbandingan peredaran kumulatif atas pendistribusian normal dilakukan melalui identifikasi *normal probability plot*. Satu garis lurus diagonal terbentuk oleh distribusi normal. Selanjutnya, garis tersebut memiliki peran dalam membandingkan penempatan data residual. Garis diagonal yang diikuti oleh garis yang memproyeksikan data aktual menjelaskan bahwa distribusi data residual bersifat normal. Pengujian ini dapat dikerjakan melalui analisis grafik berupa SPSS (Ghozali, 2015).

b. Uji asumsi klasik multikolinearitas

Pengetesan adanya relevansi garis lurus pada dua variabel dalam model regresi merupakan penjabaran dari uji multikolinieritas. Metode VIF digunakan untuk memeriksa apakah ada multikolinieritas atau tidak. Bebasnya model regresi atas multikolinieritas dibuktikan dengan nilai toleransi di atas angka 0,10 dan nilai VIF di bawah angka 10. Ketika terjadi situasi yang menempatkan nilai toleransi dan VIF sesuai dengan standardisasi yang telah disebutkan, artinya terdapat multikolinieritas tinggi antara variabel independen (Ghozali, 2015).

c. Uji asumsi klasik heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian dari satu residual ke residual lainnya. Jika satu residual ke residual lain adalah sama, ada homoscedasticity. Namun, jika variansnya berbeda, itu adalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah ketika residunya adalah homoscedasticity atau tidak ada heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji glejser untuk menemukan bukti bahwa tidak ada heteroskedastisitas. Untuk menguji bahwa tidak ada heteroskedastisitas, hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya variabel independen yang secara signifikan mempengaruhi variabel dependen residual, nilai absolut, diketahui oleh nilai signifikan lebih dari 0,05. Menurut Ghozali (2015) pendeteksian heteroskedastisitas dilakukan melalui pengamatan grafik plot antara nilai taksiran variabel dependen berupa ZPRED yang residualnya SRESID. Pengamatan juga dapat diterapkan melalui grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dengan catatan sumbu Y merupakan Y yang telah

terprediksi dan sumbu X merupakan residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)

Pengaruh Bersama-sama atau keseluruhan diketahui melalui uji F. Pengetesan ini bermaksud mengidentifikasi keabsahan hipotesis pertama yang berupa pembuktian validitas koefisien regresi. Sementara itu, pengetesan koefisien regresi yang dijalankan secara simultan memberikan dampak terhadap Y disebut sebagai uji serentak.

Uji statistik digarap melalui tahapan, berupa: (1) penentuan formulasi hipotesis, (2) pemilihan taraf nyata (α) dan F tabel, (3) penetapan standardisasi pengetesan, (4) memutuskan kuantitas uji statistik, dan penyimpulan. Poin pertama, hipotesis terdiri atas H_0 dan H_1 dengan keterangan bahwa H_0 terjadi ketika Y tidak terpengaruh oleh X dan H_1 ketika keterpengaruhan Y atas X terjadi. Poin kedua, penggunaan taraf nyata secara umum berada pada persentase 5% atau 0,05 dan kepemilikan nilai F tabel atas derajat bebas. Poin ketiga, ketika angka yang dihasilkan atau p value di atas 0,05 maka terjadi penolakan atas H_1 . Sebaliknya, ketika p value berada di bawah nilai 0,05 penolakan terjadi pada H_0 . Poin terakhir, penyimpulan menjelaskan atas situasi yang terjadi antara penerimaan atau penolakan atas H_0 .

b. Uji Hipotesis dengan Uji parsial (Uji t)

Pengetesan hipotesis secara parsial dilakukan melalui uji t yang merupakan pendeteksi keberadaan dampak secara individu. Tahapan pelaksanaan uji

statistika pada pengujian ini yaitu: (1) penentuan formulasi hipotesis, (2) pemilihan taraf nyata (α) dan t tabel, (3) penetapan standardisasi pengujian, (4) pemutusan kuantitas uji statistik, dan (5) penyimpulan. Hipotesis pada uji t terdiri atas $H_0 : B = B_0$ yang artinya tidak ada relevansi antara X dan Y. Sebaliknya, ketika $H_1 : B > B_0$ terjadi relasi positif antara X dan Y. Penggunaan taraf nyata umumnya ialah 5% atau 0,05, sedangkan kepimilikan nilai t tabel ialah derajat bebas. Standardisasi uji t ialah ketika pvalue di atas angka 0,05 terjadi penerimaan H_0 , sedangkan jika pvalue berada di bawah 0,05, H_0 ditolak. Pada bagian akhir, dijabarkan kesimpulan atas diterima atau ditolaknya H_0 .

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Ekuivalensi pemerolehan garis regresi dinyatakan melalui pengukuran koefisien determinasi berganda dalam analisis regresi. Kuatnya kapabilitas model regresi dalam menjelaskan situasi objektif terjadi ketika nilai R Square (R^2) kian besar. Ketika R^2 setara nilai 1 berarti fungsi regresi seratus persen mendeklarasikan distingsi nilai Y. Namun, ketika nilai yang diperlihatkan adalah 0, artinya penggunaan model tidak serupa nilai Y. Situasi yang lebih baik adalah ketika nilai R^2 mendekati 1 yang artinya terdapat kecocokan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil penelitian mengenai inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja operasional pada pekerja Kafe Relasi di Yogyakarta. Penjelasan ini menjabarkan mengenai pengujian validitas dan reliabilitas maupun karakteristik responden terhadap daftar kuesioner variabel penelitian agar dapat memperoleh kevalidan data. Hal ini dijalankan atas dasar pemerolehan hasil penelitian dapat tercapai sesuai target, sehingga penyamarataan, pendeskripsian variabel dan pengujian hipotesis dapat dilakukan. Pemerolehan data primer tercapai melalui kuesioner yang melibatkan sejumlah 34 responden.

4.1 Karakteristik Responden

Standardisasi responden ditetapkan agar diperoleh varietas personalitas dan disimilasi karakteristik responden dapat memproyeksikan keseragaman atau keberagaman yang ditimbulkan. Kategorisasi responden berada pada ranah identitas yang terbagi atas jenis kelamin, umur, serta rentang waktu pekerja tersebut bekerja di lokasi penelitian.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	18	52,9%
	Perempuan	16	47,1%
	Total	34	100%
Usia	< 20 tahun	3	8,8%
	21-30 tahun	31	91,2%
	Total	34	100%
Lama Kerja	< 1 tahun	20	58,8%
	1-2 tahun	13	38,2%

	> 2 tahun	1	3,0%
	Total	34	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Karakteristik responden berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat dijabarkan bahwa dominasi karyawan pada Kafe Relasi di Yogyakarta yaitu jenis kelamin laki-laki sejumlah 18 orang (52,9%), sedangkan perempuan berjumlah 16 orang (47,1%). Data ini memperlihatkan bahwa komposisi karyawan berdasarkan jumlah jenis kelamin memiliki perbandingan yang tidak terlalu besar, pekerjaan yang membutuhkan tenaga besar dapat ditangani oleh karyawan laki-laki dan pelayanan dapat dilengkapi oleh karyawan perempuan. Selanjutnya berdasarkan usia, mayoritas karyawan berusia kurang lebih 21 hingga 30 tahun yaitu sebanyak 31 orang (91,2%) dan sisanya berusia kurang dari 20 tahun yaitu sejumlah 3 orang (8,8%). Hal ini menjelaskan bahwa karyawan berada pada usia produktif yang dapat bekerja secara aktif dan mendukung kinerja pada perusahaan dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan lama bekerja, sebagian besar karyawan telah bekerja < 1 tahun yaitu sebanyak 20 orang (58,8%), 1-2 tahun sebanyak 13 orang (38,2%) dan > 2 tahun sebanyak 1 orang (3,0%). Hal ini memperlihatkan bahwa pekerja belum terlalu lama tergabung dalam perusahaan dan memiliki pemahaman yang cukup terhadap kinerja perusahaan dan memiliki dampak positif terhadap kinerja operasional pada perusahaan dalam menjalankan usahanya.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Korelasi bivariate pada setiap skor indikator dengan skor konstruk final merupakan pengaplikasian uji validitas. Hasil pengetesan dapat terlihat pada *output Pearson Correlation* (Ghozali, 2015). Perbandingan antara $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi α setara 5% dilakukan untuk melakukan pengetesan.

Tabel 4.2 Uji Validitas Inovasi Proses

Indikator	R hitung	R tabel	Ket
BUTIR1	0,690	0,338	Valid
BUTIR2	0,725	0,338	Valid
BUTIR3	0,680	0,338	Valid
BUTIR4	0,822	0,338	Valid
BUTIR5	0,722	0,338	Valid
BUTIR6	0,672	0,338	Valid

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Perhitungan variabel inovasi proses yang disajikan pada tabel 4.2 membuktikan kevalidan daftar interogatif pada kuesioner. Sebab, nilai r_{hitung} berada di atas nilai r_{tabel} sebesar 0,338. Perhitungan dilakukan dengan SPSS 21.

Tabel 4.3 Uji Validitas Inovasi Produk

Indikator	R hitung	R tabel	Ket
BUTIR1	0,696	0,338	Valid
BUTIR2	0,607	0,338	Valid
BUTIR3	0,730	0,338	Valid
BUTIR4	0,828	0,338	Valid
BUTIR5	0,813	0,338	Valid

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Perhitungan variabel inovasi proses yang disajikan pada tabel 4.3 membuktikan kevalidan daftar interogatif pada kuesioner. Sebab, nilai r_{hitung} berada di atas nilai r_{tabel} sebesar 0,338. Perhitungan dilakukan dengan SPSS 21.

Tabel 4.4 Uji Validitas Kinerja Operasional

Indikator	R hitung	R tabel	Ket
BUTIR1	0,642	0,338	Valid
BUTIR2	0,688	0,338	Valid
BUTIR3	0,734	0,338	Valid
BUTIR4	0,809	0,338	Valid
BUTIR5	0,729	0,338	Valid

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Perhitungan variabel inovasi proses yang disajikan pada tabel 4.4 membuktikan kevalidan daftar interogatif pada kuesioner. Sebab, nilai r_{hitung} berada di atas nilai r_{tabel} sebesar 0,338. Perhitungan dilakukan dengan SPSS 21.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Konsistensi jawaban yang diberikan responden dalam menanggapi persoalan yang diajukan peneliti dengan wujud kuesioner dapat memengaruhi reliabilitas data (Ghozali, 2015). Perhitungan dilakukan dengan melibatkan koefisien cronbach alpha pada setiap instrumen dalam variabel. Keandalan instrumen teridentifikasi ketika koefisien cronbach alpha-nya di atas angka 0,60. Berikut disajikan tabel yang menunjukkan hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Inovasi Proses	0,808	Reliabel
Inovasi Produk	0,761	Reliabel
Kinerja Operasional	0,766	Reliabel

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Angka yang disajikan pada tabel di atas membuktikan bahwa ketiga variabel di atas terbukti reliabel karena angka yang diperoleh di atas 0,60. Artinya, ketiga variabel tersebut dapat diterapkan ke dalam instrumen penelitian.

4.3 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Mengacu pada data yang terhimpun dari rekapitalisasi responden dan analisis sebagai pengidentifikasian inovasi proses dan produk serta kinerja operasional, penggunaan interval untuk melihat proyeksi seluruh hasil penelitian ialah sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{kelas interval}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Selanjutnya, ditindaklanjuti ke dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6
Interpretasi Kelas Interval

Interval	Interpretasi
1,00 - 1,79	Sangat rendah
1,80 - 2,59	Rendah
3,00 - 3,39	Sedang
3,40 - 4,19	Tinggi
4,20 - 5,00	Sangat tinggi

Rata-rata setiap indikator yang diuji ditampilkan melalui hasil statistik deskriptif pada variabel penelitian, yang disajikan pada tabel di bawah:

1. Inovasi Proses

Berikut akan ditunjukkan penilaian responden pada Kafe Relasi di Yogyakarta terhadap inovasi proses.

Tabel 4.7
Analisis Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Proses

No	Rata-rata	Keterangan	Rata-Rata Inovasi Proses
1	4,26	Sangat tinggi	4,27
2	4,18	Tinggi	

3	4,29	Sangat tinggi	
4	4,35	Sangat tinggi	
5	4,06	Tinggi	
6	4,50	Sangat Tinggi	

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 tentang analisis statistik deskripsi pada variabel inovasi proses diperoleh skor rata-rata sebesar 4,27 yang masuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai tertinggi pada pertanyaan ke 6 dengan rata-rata 4,50 (sangat tinggi) dan nilai terendah pada pertanyaan ke 5 dengan rata-rata 4,06 (tinggi). Hal ini menunjukkan sebagian besar karyawan di Kafe Relasi di Yogyakarta menyatakan inovasi proses yang dilakukan perusahaan telah baik melalui peningkatan kualitas sarana pendukung proses serta meningkatkan pelayanan. Namun, Kafe Relasi perlu mengurangi biaya aktivitas operasionalnya tanpa mengurangi kualitas pelayanannya.

2. Inovasi Produk

Berikut akan ditunjukkan penilaian responden pada Kafe Relasi di Yogyakarta terhadap inovasi produk.

Tabel 4.8

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk

No	Rata-rata	Keterangan	Rata-Rata Inovasi Produk
1	4,53	Sangat tinggi	4,33
2	3,88	Tinggi	
3	4,50	Sangat tinggi	
4	4,41	Sangat tinggi	
5	4,32	Sangat tinggi	

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 tentang analisis statistik deskripsi pada variabel inovasi produk diperoleh skor rata-rata sebesar 4,33 yang masuk dalam

kategori sangat tinggi. Nilai tertinggi pada pertanyaan ke 1 dengan nilai rata-rata 4,53 (sangat tinggi) dan nilai terendah pada pertanyaan ke 2 dengan nilai rata-rata 3,88 (tinggi). Hal ini menunjukkan sebagian besar karyawan di Kafe Relasi di Yogyakarta menyatakan inovasi produk yang dilakukan perusahaan telah baik dengan meningkatkan kualitas bahan produksi. Namun, Kafe Relasi perlu melakukan efisiensi dalam aktivitas usahanya.

3. Kinerja Operasional

Berikut akan ditunjukkan penilaian responden pada Kafe Relasi di Yogyakarta terhadap kinerja operasional.

Tabel 4.9

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Operasional

No	Rata-rata	Keterangan	Rata-Rata Operasional	Kinerja
1	4,65	Sangat tinggi	4,49	
2	4,15	Tinggi		
3	4,53	Sangat tinggi		
4	4,62	Sangat tinggi		
5	4,50	Sangat tinggi		

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 tentang analisis statistik deskripsi pada variabel kinerja operasional diperoleh skor rata-rata sebesar 4,49 yang masuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai tertinggi pada pertanyaan ke 1 dengan nilai rata-rata 4,65 (sangat tinggi) dan nilai terendah pada pertanyaan ke 2 dengan nilai rata-rata 4,15 (tinggi). Hal ini menunjukkan sebagian besar karyawan di Kafe Relasi di Yogyakarta menyatakan kinerja operasional yang dilakukan perusahaan telah baik, hal ini dapat diidentifikasi melalui strategi yang dimiliki perusahaan dalam bersaing di pasar dengan kualitas pelayanan yang baik.

Namun, Kafe Relasi perlu menjaga efisiensi dan produktifitas perusahaan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Kenormalan pendistribusian data dites melalui uji normalitas. Pengujian ini terealisasi melalui penganalisisan *unstandardized residual*. Data dinyatakan normal ketika nilai probabilitasnya di atas angka 0,05. SPSS 21 merupakan aplikasi yang dimanfaatkan untuk mengukur normalitas data. Tabel 4.10 merupakan sajian hasil uji yang telah digarap:

**Tabel 4.10 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25459083
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.088
	Absolute Negative	.088
	Positive	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.512
Asymp. Sig. (2-tailed)		.956

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Kesimpulan atas penyajian tabel tersebut ialah model regresi terdistribusi normal, karena nilai probabilitasnya berada di atas 0,05 yaitu 0,956. Artinya, model regresi teridentifikasi layak dipakai dalam pemeriksaan berikutnya.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Relevansi tiap variabel bebas pada model regresi dicek melalui uji multikolinearitas (Ghozali, 2015). Ketika tidak ditemukan relevansi pada tiap-tiap variabel bebas, model regresi pada uji ini dinyatakan berada pada posisi yang tepat. *Variance Inflation Factor* (VIF) dipakai untuk melakukan uji ini. Bebasnya multikolinieritas terbukti ketika VIF berada di bawah angka sepuluh. Aplikasi SPSS *Statistic 21* menunjang pelaksanaan uji ini. Disajikan pada tabel 4.11.

Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Inovasi Proses	.564	1.772
Inovasi Produk	.564	1.772

Tolerance dan VIF di atas tampak bernilai lebih dari angka 10 dan kurang dari 10. Artinya, multikolinearitas tidak terkandung dalam model regresi, dan dinyatakan relevansi variabel bebas tidak terjadi satu sama lain dan layak pakai sebagai tahapan selanjutnya.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Diferensiasi pengamatan model regresi dari varietas residual disebut sebagai heterokedastisitas dan semestinya tidak dialami oleh regresi (Ghozali, 2015). Pengetesan diimplementasikan melalui Uji Glejser dengan meregres

kuantitas tak terbatas residual pada variabel independen. Heteroskedastisitas tidak terkandung dalam model regresi ketika persentase melampaui 5%.

Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.730	.299		2.439	.021
1 Inovasi Proses	-.008	.081	-.023	-.102	.919
Inovasi Produk	-.113	.085	-.300	-1.323	.196

a. Dependent Variable: ABS_RES

Nilai sig yang tersaji pada tabel 4.12 berada di atas 0,05, artinya heteroskedastisitas tidak terkandung dalam model regresi. Sehingga, kelayakan terbuti untuk memperkirakan kinerja operasional dengan dasar rekomendasi variabel independen berupa inovasi proses dan produk.

4.5 Pengujian Hipotesis

SPSS 21 diaplikasikan sebagai penguji hipotesis melalui uji t. Pengujian tersebut menghasilkan regresi linier berganda. Berikut penjelasannya:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda mengenai pengaruh inovasi proses dan inovasi produk terhadap kinerja operasional, diproyeksikan pada tabel 4.13:

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi	thitung	Sig.t	Sig. 5%
Konstanta	1,286	-	-	-

Inovasi Proses	0,328	2,286	0,029	Signifikan
Inovasi Produk	0,408	2,691	0,011	Signifikan
Variabel dependen: Kinerja Operasional				
Adjusted R Square = 0,511				
F hitung = 18,235				
Sig.F = 0,000				

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel di atas merumuskan persamaan regresi berikut:

$$Y = 1,286 + 0,328X_1 + 0,408X_2$$

1) Konstanta (a)

Pada persamaan nilai konstanta diperoleh sebesar 1,286 yang berarti bahwa jika variabel bebas yaitu inovasi proses dan inovasi produk tidak berubah atau konstan, maka kinerja operasional akan sebesar 1,286.

2) Koefisien regresi inovasi proses (b_1)

Pemerolehan koefisien regresi inovasi proses yaitu 0,328. Angka tersebut mengindikasikan pertumbuhan inovasi proses sejalan dengan pertumbuhan kinerja operasional. Begitu pula ketika salah satu mengalami penurunan, maka yang lain akan terpengaruh atau ikut mengalami penurunan nilai. Asumsi yang tercipta ialah salah satu variabel berada pada status konstan.

3) Koefisien regresi inovasi produk (b_2)

Pemerolehan koefisien regresi inovasi proses yaitu 0,408. Angka tersebut mengindikasikan pertumbuhan inovasi proses sejalan dengan pertumbuhan kinerja operasional. Begitu pula

ketika salah satu mengalami penurunan, maka yang lain akan terpengaruh atau ikut mengalami penurunan nilai. Asumsi yang tercipta ialah salah satu variabel berada pada status konstan.

b. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Besaran koefisien determinasi berjumlah 0,511. Angka tersebut memperlihatkan bahwa variabel bebas secara serempak memberikan keterpengaruh terhadap variabel terikat dengan persentase 51,1% dan sisanya terpengaruh oleh variabel yang bukan ranah penelitian ini dengan persentase 48,9%.

c. Uji Hipotesis (Uji t)

Keterpengaruh tiap-tiap variabel dependen secara parsial atas variabel independen, diuji melalui uji-t. Dengan kata lain, pengujian merujuk pada keterpengaruh kinerja operasional oleh inovasi proses dan produk secara singular.

1) Pengaruh variabel Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

Uji signifikansi pada sajian tabel 4.13 menampilkan t statistik menghasilkan probabilitas berjumlah 0,029. Sehingga, disimpulkan H_1 diterima karena nilai yang didapat di bawah 0,05. Artinya, inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

2) Pengaruh variabel Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Uji signifikansi pada sajian tabel 4.13 menampilkan t statistik menghasilkan probabilitas berjumlah 0,011. Sehingga, disimpulkan H_2

diterima karena nilai yang didapat di bawah 0,05. Artinya, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

d. Uji F (Simultan)

Tabel 4.13 menyajikan F_{hitung} berjumlah 18,235 dengan probabilitas 0,000. Penolakan H_0 terjadi karena $\text{sig } F_{hitung}$ di bawah persentase 5% yang secara spontan menjadikan H_a diterima. Artinya, secara serentak kinerja operasional terpengaruh oleh inovasi proses dan produk.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.13 uji signifikansi dengan t statistik diperoleh probabilitas (p) = 0,029 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_1 diterima. Nilai koefisien regresi inovasi produk diperoleh sebesar 0,328 yang berarti apabila variabel inovasi produk meningkat maka kinerja operasional meningkat. Maka, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan inovasi proses yang semakin baik akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja operasional pada Kafe Relasi. Menurut YuSheng & Ibrahim (2020) menyampaikan bahwa inovasi proses merupakan pengenalan metode produksi atau penyampaian layanan yang baru dan disempurnakan oleh perusahaan yang mencakup perubahan signifikan dalam teknik, peralatan, serta perkakas dan mesin. Inovasi proses bertujuan menemukan efisiensi bagi badan usaha dalam pengembangan mutu produk yang didapat dengan biaya produksi yang

diturunkan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi dengan memilih dan memilah aktifitas perusahaan yang dilakukan. Perusahaan diharapkan dapat mengurangi aktifitas yang kurang penting dalam menjalankan usahanya dengan tujuan dapat mengurangi pembiayaan yang tidak perlu. Inovasi proses yang semakin baik diterapkan akan berdampak pada kinerja operasional yang semakin baik pada perusahaan. Penting untuk membangun sistem kontrol yang efektif untuk mengevaluasi penyimpangan dan kegagalan dari berbagai tahap inovasi proses sehingga dapat memastikan keberhasilan implementasi (Al-Sa'di et al., 2017). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Rajapathirana dan Hui (2018), YuSheng & Ibrahim (2020) dan Al-Sa'di et al. (2017) yang memperlihatkan bahwa keterpengaruh konstruktif kinerja operasional oleh inovasi proses meliputi finansial, peningkatan, konsumen, dan proses internal.

4.6.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.13 uji signifikansi dengan t statistik diperoleh probabilitas (p) = 0,011 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_1 diterima. Nilai koefisien regresi inovasi produk diperoleh sebesar 0,408 yang berarti apabila variabel inovasi produk meningkat maka kinerja operasional meningkat. Maka, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta. Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk yang semakin baik dari Kafe Relasi akan dapat memupuk kinerja operasional

secara positif. Menurut Ferrari & Rocca (2010) inovasi produk merupakan pengenalan produk atau layanan baru yang ditingkatkan secara signifikan sehubungan dengan fitur, kinerja dan kualitas. Inovasi yang dilakukan perusahaan dengan memperkenalkan produk yang baru dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam persaingan pasar. Tujuan utama kepemilikan inovasi produk dalam kelembagaan yaitu mendorong kuantitas produk untuk mencapai daya guna yang lebih tinggi (Polder et al., 2012). Perusahaan yang berkonsentrasi pada pemasaran produk diharapkan mempertimbangkan inovasi produk dalam mempertahankan eksistensinya pada persaingan pasar. Hal ini dikarenakan adanya permintaan konsumen yang sering berubah-ubah mengikuti tren. Apabila perusahaan tidak berkembang dan melakukan inovasi produk guna mengikuti permintaan pasar kinerja operasional tidak berjalan dengan baik dan beresiko tidak dapat bersaing. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rajapathirana dan Hui (2018), YuSheng & Ibrahim (2020) dan Al-Sa'di et al. (2017) yang menunjukkan bahwa inovasi proses memberikan dampak positif terhadap kinerja organisasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis 34 responden diketahui bahwa rata-rata lama karyawan bekerja kurang dari 1 tahun dan rata-rata usia 21-30 tahun.
2. Inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta, karena nilai koefisien regresi inovasi proses diperoleh sebesar 0,328 yang apabila variabel inovasi proses meningkat maka kinerja operasional meningkat sebesar angka tersebut dan nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,029 berarti lebih kecil dari 0,05.
3. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada Kafe Relasi di Yogyakarta, karena nilai koefisien regresi inovasi produk diperoleh sebesar 0,408 yang apabila variabel inovasi produk meningkat maka kinerja operasional meningkat sebesar angka tersebut dan nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,011 berarti lebih kecil dari 0,05.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berbagai kelemahan dan kekurangan tentu masih banyak ditemukan pada penyusunan penelitian ini. Berikut beberapa keterbatasan penelitian di bawah ini:

1. Penelitian yang hanya terpusat pada dua jenis inovasi sebagai variabel bebas menjadikan jangkauan penelitian kurang mendalam. Sehingga, penelitian serupa dengan ruang lingkup yang lebih global sangat dinanti untuk menyempurnakan keberadaan penyusunan penelitian ini.
2. Keterbatasan responden sebagai sampel penelitian berupa pekerja Kafe Relasi Yogyakarta berpengaruh atas sempitnya pembahasan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Kafe Relasi diharapkan dapat terus mempertahankan inovasi proses yang telah dilakukan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas sarana pendukung proses produksi dan pelayanan serta mempertahankan inovasi produk yang berhubungan dengan kualitas produk nya. Namun, Kafe Relasi perlu mengurangi biaya untuk aktivitas operasionalnya sehingga Kafe Relasi dapat terus meningkatkan metode produksinya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dengan biaya yang efisien agar tetap dapat bersaing dan unggul pada industri yang sama.
2. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pada ruang lingkup responden yang berbeda dengan mengikutsertakan variabel-variabel berbeda yang berpotensi menjadi faktor dalam menganalisis kinerja operasional. Penelitian mendatang juga diharapkan dapat menambahkan teknik penghimpunan data dengan interviu pada responden. Dengan demikian, dihasilkan penelitian yang lebih baik dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, A. B., Obeidat, B. Y., & Aqqad, N. O. (2014). The Impact of Supply Chain Management Practices on Supply Chain Performance in Jordan: The Moderating Effect of Competitive Intensity. *International Business Research*, 7(3), 13–27. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n3p13>
- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan. *Business Process Management Journal*, 23(2), 349–376. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2016-0047>
- Ariani, D. A. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226–235. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.05.017>
- Chase, R. ., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. . (2006). *Operations Management for Competitive Advantage* (11th ed.). McGraw-Hill.

- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Dadfar, H., Dahlgaard, J. J., Brege, S., & Alamirhoor, A. (2013). Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran. *Total Quality Management and Business Excellence*, 24(7–8), 819–834. <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.791102>
- Dorin, M. (2019). PRODUCT AND PROCESS INNOVATION: A NEW PERSPECTIVE ON THE ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT. *International Journal of Advanced Engineering and Management Research*, 3(6), 132–138.
- Ferrari, M., & Rocca, L. La. (2010). Innovation and performance: Some evidence from Italian firms. In *Studies in Managerial and Financial Accounting* (Vol. 20). Elsevier. [https://doi.org/10.1108/S1479-3512\(2010\)0000020008](https://doi.org/10.1108/S1479-3512(2010)0000020008)
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Hassan, M. U., Shaukat, S., Nawaz, M. S., & 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*, 7(2), 243–262.
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Operations Management* (7th ed.). Prentice-Hall.

- Ketokivi, M., & Schroeder, R. (2004). Manufacturing practices, strategic fit and performance: A routine-based view. *International Journal of Operations and Production Management*, 24(1–2), 171–191.
<https://doi.org/10.1108/01443570410514876>
- Koellinger, P. (2008). The relationship between technology, innovation, and firm performance-Empirical evidence from e-business in Europe. *Research Policy*, 37(8), 1317–1328. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.04.024>
- Lendel, V., Hittmár, Š., & Siantová, E. (2015). Management of Innovation Processes in Company. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 861–866. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00382-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00382-2)
- Li, Y., Liu, Y., & Ren, F. (2007). Product innovation and process innovation in SOEs: Evidence from the Chinese transition. *Journal of Technology Transfer*, 32(1–2), 63–85. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-9009-8>
- Polder, M., Leeuwen, G. van, Mohnen, P., & Raymond, W. (2012). Product, Process and Organizational Innovation: Drivers, Complementarity and Productivity Effects. *SSRN Electronic Journal*, June.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1626805>
- Ramadani, V., Hisrich, R. D., Abazi-Alili, H., Dana, L. P., Panthi, L., & Abazi-Bexheti, L. (2019). Product innovation and firm performance in transition economies: A multi-stage estimation approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 140(August), 271–280.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.12.010>
- Reguia, C. (2014). Product Innovation and the Competitive Advantage. *European*

Scientific Journal, 1(June), 140–157.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

Supardi. (2005). *Metodologi Peneilitian Ekonomis dan Bisnis*. UII Press.

Tan, K. C., Kannan, V. R., & Narasimhan, R. (2007). The impact of operations capability on firm performance. *International Journal of Production Research*, 45(21), 5135–5156. <https://doi.org/10.1080/00207540600871269>

Tarigan, Z. J. H. (2018). The impact of organization commitment to process and product innovation in improving operational performance. *International Journal of Business and Society*, 19(2), 335–346.

Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012). Product Innovation Performance in Organization. *Procedia Technology*, 1, 521–523. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2012.02.112>

Vadastreanu, A. M., Bot, A., Maier, D., & Maier, A. (2015). Innovation, the New Challenge of Today's Entrepreneurship. *Journal of Investment and Management*, 4(6), 357. <https://doi.org/10.11648/j.jim.20150406.19>

van Nguyen, T. A., & Nguyen, K. H. (2020). The impact of innovation on the performance of manufacturing enterprises in Vietnam. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems*, 5(5), 984–990. <https://doi.org/10.25046/aj0505120>

Walker, R. M., Damanpour, F., & Devece, C. A. (2011). Management innovation and organizational performance: The mediating effect of performance management. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(2), 367–386. <https://doi.org/10.1093/jopart/muq043>

YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2020). Innovation Capabilities, Innovation Types, and Firm Performance: Evidence From the Banking Sector of Ghana. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020920892>



LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Nama :Lutfia Zahra Amalia

NIM :17311436

Fakultas :Bisnis dan Ekonomika

Jurusan :Manajemen

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi Proses dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional (Studi Kasus pada Kafe Relasi Yogyakarta)”**

Bersama dengan ini, saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Jawaban yang diberikan merupakan data yang diperlukan untuk penulisan skripsi, oleh karena itu harapan kami Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan jawaban yang jujur. Adapun data/informasi pribadi yang diberikan dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kesediannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Lutfia Zahra Amalia

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin :

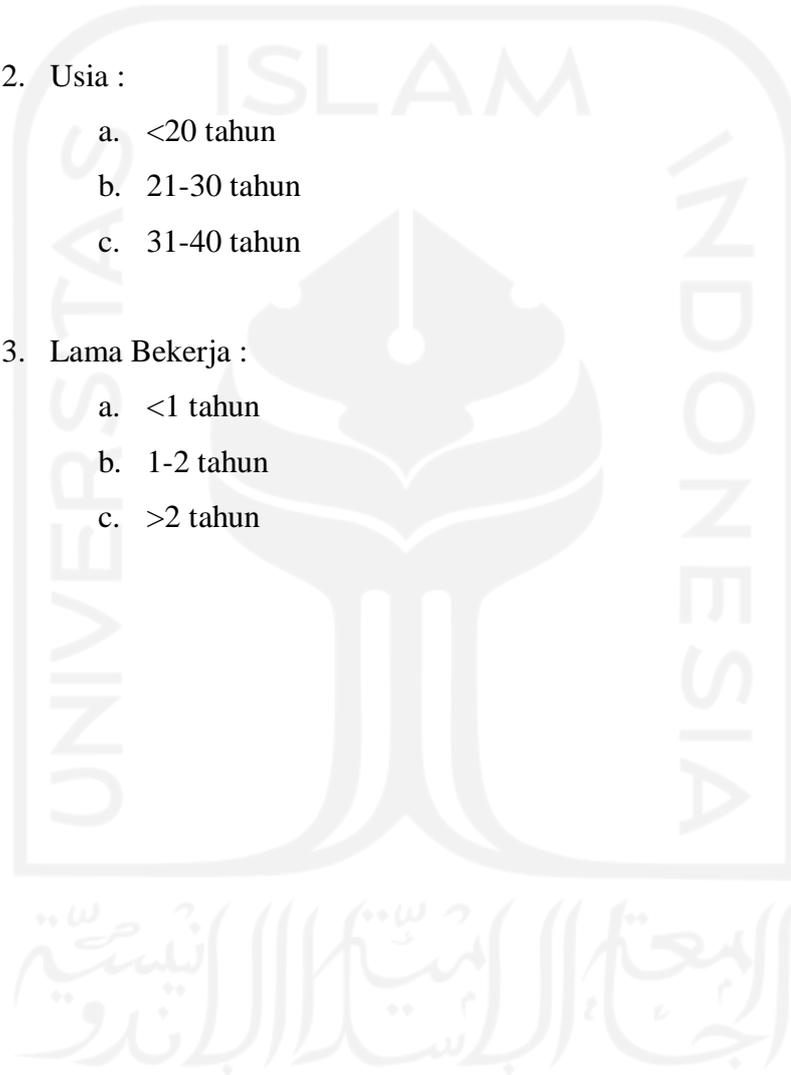
- a. pria
- b. wanita

2. Usia :

- a. <20 tahun
- b. 21-30 tahun
- c. 31-40 tahun

3. Lama Bekerja :

- a. <1 tahun
- b. 1-2 tahun
- c. >2 tahun



B. KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian.

Berilah respon terhadap pernyataan dalam table dengan memberikan tanda (\checkmark) pada kolom yang sesuai dengan persepsi saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

INOVASI PROSES

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Kafe Relasi menghilangkan aktivitas yang tidak menambah nilai tanpa mengurangi tingkat pelayanan kepada konsumen					
2	Kafe Relasi secara teratur mengurangi biaya pada proses operasi namun tidak mengurangi kualitas pelayanan kepada konsumen					
3	Kafe Relasi secara teratur memperbaiki bagian yang menjadi tahap dalam proses pelayanan kepada konsumen					
4	Kafe Relasi menghilangkan bagian pelayanan yang sudah tidak efektif					
5	Kafe Relasi secara teratur mengurangi biaya aktivitas operasional tanpa mengganggu tingkat pelayanan kepada konsumen					

6	Kafe Relasi secara teratur meningkatkan pelayanan terkait dengan produknya					
---	--	--	--	--	--	--

INOVASI PRODUK

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Kafe Relasi secara teratur meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen					
2	Kafe Relasi secara teratur mengurangi biaya dalam melakukan aktivitas usahanya					
3	Kafe Relasi mampu menambahkan inovasi pada pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen					
4	Kafe Relasi mampu menciptakan pelayanan baru dengan cara menambah fasilitas yang dapat memuaskan konsumen					
5	Kafe Relasi mampu meningkatkan pelayanan baru yang berbeda dengan sebelumnya					

KINERJA OPERASIONAL

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Kafe Relasi memiliki kualitas pelayanan yang baik					
2	Kafe Relasi melakukan efisiensi biaya dalam menjalankan usaha					
3	Kafe Relasi menciptakan fitur baru untuk memuaskan konsumen					

4	Kafe Relasi mengembangkan pelayanan yang sudah ada					
5	Kafe Relasi menciptakan pelayanan baru					



LAMPIRAN 2

DATA TABULASI

No	Jenis Kelamin	Usia	Lama bekerja
1	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
2	Perempuan	21-30 tahun	1-2 tahun
3	Laki-laki	21-30 tahun	>2 tahun
4	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
5	Perempuan	21-30 tahun	1-2 tahun
6	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
7	Laki-laki	21-30 tahun	1-2 tahun
8	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
9	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
10	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
11	Laki-laki	21-30 tahun	1-2 tahun
12	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
13	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
14	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
15	Perempuan	21-30 tahun	1-2 tahun
16	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
17	Laki-laki	<20 tahun	<1 tahun
18	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
19	Perempuan	21-30 tahun	1-2 tahun
20	Laki-laki	21-30 tahun	1-2 tahun
21	Perempuan	21-30 tahun	1-2 tahun
22	Perempuan	<20 tahun	<1 tahun
23	Laki-laki	21-30 tahun	1-2 tahun
24	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
25	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
26	Perempuan	21-30 tahun	1-2 tahun
27	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
28	Laki-laki	21-30 tahun	1-2 tahun
29	Perempuan	21-30 tahun	<1 tahun
30	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
31	Perempuan	<20 tahun	1-2 tahun
32	Laki-laki	21-30 tahun	1-2 tahun
33	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun
34	Laki-laki	21-30 tahun	<1 tahun

No	Inovasi Proses								Inovasi Produk							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2		
1	4	3	5	4	3	5	4,00	4	5	3	5	4	4	4,2	5	
2	4	5	4	5	4	5	4,50	5	5	3	5	4	4	4,2	5	
3	5	4	4	5	5	5	4,67	5	5	4	5	5	5	4,8	5	
4	3	4	4	5	5	5	4,33	5	5	4	4	5	4	4,4	5	
5	4	4	5	5	4	5	4,50	5	5	4	5	5	5	4,8	5	
6	4	4	4	4	3	4	3,83	4	3	4	4	4	4	3,8	4	
7	4	4	3	4	4	4	3,83	4	4	3	4	4	4	3,8	4	
8	4	5	5	5	3	4	4,33	5	5	3	4	4	4	4	4	
9	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	4	4	4,6	5	
10	5	5	5	5	3	5	4,67	5	5	3	5	5	5	4,6	5	
11	4	3	5	4	4	4	4,00	4	5	3	5	4	4	4,2	5	
12	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	5	5	4,8	5	
13	4	5	5	4	5	4	4,50	5	5	4	5	5	5	4,8	5	
14	4	4	4	4	4	4	4,00	4	5	5	5	5	5	5	5	
15	5	5	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	5	5	4,8	5	
16	5	4	5	4	4	5	4,50	5	5	4	5	5	5	4,8	5	
17	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	
18	4	4	4	4	4	5	4,17	4	4	4	4	4	4	4	4	
19	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	4	4	4	3	3	4	3,67	4	5	3	5	4	4	4,2	5	
21	4	4	4	4	3	4	3,83	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	5	5	5	5	5	5	5,00	5	4	4	5	4	4	4,2	5	
23	4	4	3	4	4	4	3,83	4	4	3	4	4	4	3,8	4	
24	4	3	4	4	3	4	3,67	4	4	3	5	4	4	4	4	
25	5	5	4	5	4	4	4,50	5	4	4	4	4	4	4	4	
26	4	5	5	5	4	4	4,50	5	4	5	4	4	4	4,2	5	
27	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4	4	
28	5	5	4	4	4	4	4,33	5	4	4	4	4	5	4,2	5	
29	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5	5	5	
30	4	4	4	4	4	5	4,17	4	5	5	5	5	4	4,8	5	
31	4	4	4	4	4	5	4,17	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	5	4	4,2	5	
33	4	4	5	5	5	5	4,67	5	5	5	5	5	5	5	5	
34	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	5	4	4,2	5	

No	Kinerja Operasional						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y	
1	5	4	4	4	4	4,2	5
2	5	4	4	5	5	4,6	5
3	5	5	4	5	5	4,8	5
4	5	5	5	4	4	4,6	5
5	5	4	5	5	5	4,8	5
6	4	3	4	4	4	3,8	4
7	5	3	4	4	4	4	4
8	5	4	5	4	4	4,4	5
9	5	4	5	5	5	4,8	5
10	5	4	5	4	5	4,6	5
11	5	4	5	5	3	4,4	5
12	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	5	5	5	4,8	5
14	5	4	5	5	5	4,8	5
15	5	4	4	5	5	4,6	5
16	4	4	4	5	5	4,4	5
17	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	4	3,8	4
21	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	5	5	4	4,6	5
25	4	4	4	4	4	4	4
26	4	5	5	5	5	4,8	5
27	4	4	4	4	4	4	4
28	5	4	4	5	4	4,4	5
29	4	5	4	5	5	4,6	5
30	4	4	5	5	5	4,6	5
31	5	4	5	5	5	4,8	5
32	5	4	5	5	4	4,6	5
33	5	5	5	5	5	5	5
34	5	4	5	5	5	4,8	5

HASIL RATA-RATA

INOVASI PROSES

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Kafe Relasi menghilangkan aktivitas yang tidak menambah nilai tanpa mengurangi tingkat pelayanan kepada konsumen	4,26
2	Kafe Relasi secara teratur mengurangi biaya pada proses operasi namun tidak mengurangi kualitas pelayanan kepada konsumen	4,18
3	Kafe Relasi secara teratur memperbaiki bagian yang menjadi tahap dalam proses pelayanan kepada konsumen	4,29
4	Kafe Relasi menghilangkan bagian pelayanan yang sudah tidak efektif	4,35
5	Kafe Relasi secara teratur mengurangi biaya aktivitas operasional tanpa mengganggu tingkat pelayanan kepada konsumen	4,06
6	Kafe Relasi secara teratur meningkatkan pelayanan terkait dengan produknya	4,50

INOVASI PRODUK

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Kafe Relasi secara teratur meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen	4,53
2	Kafe Relasi secara teratur mengurangi biaya dalam melakukan aktivitas usahanya	3,88
3	Kafe Relasi mampu menambahkan inovasi pada pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen	4,50
4	Kafe Relasi mampu menciptakan pelayanan baru dengan cara menambah fasilitas yang dapat memuaskan konsumen	4,41
5	Kafe Relasi mampu meningkatkan pelayanan baru yang berbeda dengan sebelumnya	4,32

KINERJA OPERASIONAL

No	Pertanyaan	Rata-rata
1	Kafe Relasi memiliki kualitas pelayanan yang baik	4,65
2	Kafe Relasi melakukan efisiensi biaya dalam menjalankan usaha	4,15
3	Kafe Relasi menciptakan fitur baru untuk memuaskan konsumen	4,53
4	Kafe Relasi mengembangkan pelayanan yang sudah ada	4,62
5	Kafe Relasi menciptakan pelayanan baru	4,50



LAMPIRAN 3

HASIL OLAH DATA

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.557**	.400*	.403*	.334	.342*	.690**
	Sig. (2-tailed)		.001	.019	.018	.053	.048	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
X1.2	Pearson Correlation	.557**	1	.333	.595**	.414*	.190	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001		.054	.000	.015	.282	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
X1.3	Pearson Correlation	.400*	.333	1	.509**	.272	.445**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.019	.054		.002	.120	.008	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
X1.4	Pearson Correlation	.403*	.595**	.509**	1	.517**	.536**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.002		.002	.001	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
X1.5	Pearson Correlation	.334	.414*	.272	.517**	1	.461**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.053	.015	.120	.002		.006	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
X1.6	Pearson Correlation	.342*	.190	.445**	.536**	.461**	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	.048	.282	.008	.001	.006		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
X1	Pearson Correlation	.690**	.725**	.680**	.822**	.722**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	6

correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.037	.693**	.480**	.443**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.833	.000	.004	.009	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.2	Pearson Correlation	.037	1	.131	.456**	.379*	.607**
	Sig. (2-tailed)	.833		.461	.007	.027	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.3	Pearson Correlation	.693**	.131	1	.432*	.532**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.461		.011	.001	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.4	Pearson Correlation	.480**	.456**	.432*	1	.707**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.004	.007	.011		.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.5	Pearson Correlation	.443**	.379*	.532**	.707**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.009	.027	.001	.000		.000
	N	34	34	34	34	34	34

X2	Pearson Correlation	.696**	.607**	.730**	.828**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	5

correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.198	.537**	.432*	.221	.642**
	Sig. (2-tailed)		.262	.001	.011	.208	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.2	Pearson Correlation	.198	1	.360*	.431*	.433*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.262		.037	.011	.010	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.3	Pearson Correlation	.537**	.360*	1	.471**	.318	.734**
	Sig. (2-tailed)	.001	.037		.005	.067	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.4	Pearson Correlation	.432*	.431*	.471**	1	.599**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.011	.011	.005		.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y.5	Pearson Correlation	.221	.433*	.318	.599**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.208	.010	.067	.000		.000
	N	34	34	34	34	34	34
Y	Pearson Correlation	.642**	.688**	.734**	.809**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	5



KARAKTERISTIK RESPONDEN

jenis kelamin

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	18	52.9	52.9	52.9
Valid Perempuan	16	47.1	47.1	100.0
Total	34	100.0	100.0	

usia

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<20 tahun	3	8.8	8.8	8.8
Valid 21-30 tahun	31	91.2	91.2	100.0
Total	34	100.0	100.0	

lama kerja

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<1 tahun	20	58.8	58.8	58.8
Valid 1-2 tahun	13	38.2	38.2	97.0
>2 tahun	1	3.0	3.0	100.0
Total	34	100.0	100.0	

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Inovasi Proses	34	3.67	5.00	4.3285	.42369
Inovasi Produk	34	3.80	5.00	4.3647	.40142
Kinerja Operasional	34	3.80	5.00	4.4882	.37559
Valid N (listwise)	34				

Kategori Inovasi Proses

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	16	47.1	47.1	47.1
Valid sangat tinggi	18	52.9	52.9	100.0
Total	34	100.0	100.0	

Kategori Inovasi Produk

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	11	32.4	32.4	32.4
Valid sangat tinggi	23	67.6	67.6	100.0
Total	34	100.0	100.0	

Kategori Kinerja Operasional

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	9	26.5	26.5	26.5
Valid sangat tinggi	25	73.5	73.5	100.0
Total	34	100.0	100.0	

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25459083
	Absolute	.088
Most Extreme Differences	Positive	.088
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.512
Asymp. Sig. (2-tailed)		.956

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.286	.532		2.416	.022		
1 Inovasi Proses	.328	.144	.370	2.286	.029	.564	1.772
Inovasi Produk	.408	.152	.436	2.691	.011	.564	1.772

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.730	.299		2.439	.021
1 Inovasi Proses	-.008	.081	-.023	-.102	.919
Inovasi Produk	-.113	.085	-.300	-1.323	.196

a. Dependent Variable: ABS_RES

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.511	.26268

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk , Inovasi Proses

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.516	2	1.258	18.235	.000 ^b
	Residual	2.139	31	.069		
	Total	4.655	33			

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk , Inovasi Proses

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.286	.532		2.416	.022
	Inovasi Proses	.328	.144	.370	2.286	.029
	Inovasi Produk	.408	.152	.436	2.691	.011

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional