



**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA KAFE DUKUN KOPI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**OLEH :
BAYU MU'ALIM
NIM. RC1B016003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI
2021**

TANDA PERSETUJUAN

Dengan ini Pembimbing menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

Nama : Bayu Mu'alim
Nomor Mahasiswa : RRC1B016003
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : “Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap
Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi”

Telah di setujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku untuk di sah kan pada tanggal tertera di bawah ini :

Jambi, Mei 2021

Pembimbing I

Mengetahui

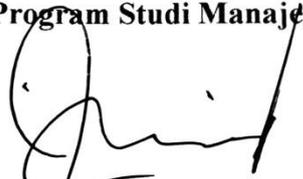
Pembimbing II



Drs. H. Agus Syarif, MBS
NIP.195908261989021001

Novita Ekasari, S.E., M.M.
NIP.197711012009122001

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Musnaini, SE., M.M.

NIP : 197706172006042001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul *“Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi”*.

Penulisan proposal penelitian ini bertujuan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Penulis menyadari bahwa proposal penelitian ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bimbingan, bantuan, dukungan, serta doa dari pihak kepada penulis selama penyusunan skripsi. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhinggakepada:

1. Keluarga tercinta yang selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis, terutama kedua orang tua saya Bapak Endro SH dan Ibu Fitriana, motivator terbesar dan terhebat yang pernah ada dalam hidup saya, yang tak pernah bosan mendoakan saya serta kasih sayang yang tiada henti sampai detik ini.
2. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D selaku rektor Universitas Jambi
3. Bapak Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M selaku Ketua prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
5. Bapak Drs. H. Agus Syarif, M. BS dan Ibu Novita Ekasari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat kepadapenulis.
7. Teman – teman SWAGER yang sudah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi saya
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan menyelesaikan skripsi ini

Jambi, Maret, 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Kewirausahaan.....	9
2.1.2 Karakteristik Wirausaha	11
2.1.3 Loyalitas	18
2.1.4 Kafe.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Rancangan penelitian.....	26
3.2 Jenis Sumber Data	26
3.2.1 Data Primer	26
3.2.1 Data Sekunder.....	26
3.3 pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1 Populasi.....	28

3.4.2 Sampel	28
3.5 Operasional dan variabel	29
3.6 Metode Analisis Deskriptif.....	34
3.7 Uji Instrumen Penelitian	34
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.2 Uji Normalitas	34
3.7.3 Uji Multikolinieritas	35
3.7.4 Uji Heterokedastisitas	35
3.7.5 Uji Autokorelasi.....	36
3.7.6 Uji Validitas.....	37
3.7.7 Uji Reliabilitas	38
3.8 Alat Analisis.....	38
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.9 Uji Hipotesis	39
3.9.1 Uji F (Uji Simultan)	39
3.9.2 Uji t (Uji Parsial)	40
3.9.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	41
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	42
4.1 Sejarah Kafe.....	42
4.2 Visi dan Misi Kafe Dukun kopi	44
4.3 Menu yang Ditawarkan.....	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
5.1. Karakteristik Responden	47
5.1.1. Deskripsi Umur Responden.....	47
5.1.2. Deskripsi Pekerjaan responden.....	48
5.1.3. Deskripsi Uang saku perbulan responden.....	48
5.1.4. Deskripsi jumlah kunjungan responden.....	49

5.2	Deskripsi Sub Variabel Penelitian.....	49
5.2.1	Deskripsi Distribusi Jawaban Responden.....	49
5.3	Instrumen Uji Penelitian	54
5.3.1.	Uji Validitas.....	54
5.3.2	Uji Realibility	59
5.4	Analisis Regresi Linier Berganda	64
5.5.	Uji Hipotesis	66
5.5.1	Uji F.....	66
5.5.2.	Uji t.....	67
5.6.	KoefisienDeterminasi	70
5.7.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
6.1.	Kesimpulan	73
6.2	Keterbatasan.....	74
6.2	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data perkembangan pengunjung kafe Dukun Kopi.....	5
Tabel 2.2 Karakteristik dan WatakWirausaha	12
Tabel 2.3 Karakteristik Wirausaha	12
Tabel 2.4 penelitian terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Rentang skala.....	33
Tabel 4.1 Daftar Kafe di Mendalo	44
Tabel 4.2 Daftar Minuman Kafe Dukun Kopi	46
Tabel 5.1. Umur Responden.....	47
Tabel 5.2. Pekerjaan Responden	48
Tabel 5.3. Uang Saku perbulan responden.....	48
Tabel 5.4. Jumlah Kunjungan responden	49
Tabel 5.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap (X1)	50
Tabel 5.6 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap (X2)	50
Tabel 5.7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap (X3)	51
Tabel 5.8 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap (X4)	52
Tabel 5.9 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap (X5)	52
Tabel 5.10 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap (X6)	53
Tabel 5.11 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas (Y)	53
Tabel 5.12. Hasil Uji Validitas Percaya Diri (X1)	54
Tabel 5.13. Hasil Uji Validitas Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2)	55
Tabel 5.14. Hasil Uji Validitas Keberanian Mengambil Resiko (X3)	56
Tabel 5.15. Hasil Uji Validitas Kepemimpinan (X4)	56
Tabel 5.16. Hasil Uji Validitas Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5)	57
Tabel 5.17. Hasil Uji Validitas Kreativitas Dan Inovasi (X6)	58
Tabel 5.18. Hasil Uji Validitas (Y)	58
Tabel 5.19. Hasil Uji Realibility Percaya Diri (X1)	59
Tabel 5.20. Hasil Uji Realibility Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2) ..	60

Tabel 5.21. Hasil Uji Realibility Keberanian Mengambil Resiko(X3)	60
Tabel 5.22. Hasil Uji Realibility Kepemimpinan (X4)	61
Tabel 5.23. Hasil Uji Realibility Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5) ..	62
Tabel 5.24. Hasil Uji Realibility Kreativitas Dan Inovasi (X6)	62
Tabel 5.25. Hasil Uji Realibility (Y)	63
Tabel 5.26. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 5.27 Hasil Uji F	67
Tabel 5.28 Hasil Uji t	68
Tabel 5.29. Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	24
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semasa pemerintahan Orde Baru, pembangunan ekonomi mampu menambahkan banyak pekerjaan baru di Indonesia, yang dengan demikian mampu mengurangi angka pengangguran nasional. Sektor-sektor yang terutama mengalami peningkatan tenaga kerja (sebagai pangsa dari jumlah total tenaga kerja di Indonesia) adalah sektor industri dan jasa sementara sektor pertanian berkurang: pada tahun 1980-an sekitar 55 persen populasi tenaga kerja Indonesia bekerja di bidang pertanian, tetapi belakangan ini angka tersebut berkurang menjadi di bawah 40 persen.

Namun, Krisis Keuangan Asia (Krismon) yang terjadi pada akhir tahun 1990-an merusak pembangunan ekonomi Indonesia (untuk sementara) dan menyebabkan angka pengangguran di Indonesia meningkat menjadi lebih dari 20 persen dan angka tenaga kerja yang harus bekerja di bawah level kemampuannya (underemployment) juga meningkat, sementara banyak yang ingin mempunyai pekerjaan full-time, hanya bisa mendapatkan pekerjaan part-time.

Sementara itu, sebagian besar tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan di daerah perkotaan karena Krismon pindah ke pedesaan dan masuk ke dalam sektor informal (terutama di bidang pertanian). Walaupun Indonesia telah mengalami pertumbuhan makro ekonomi yang kuat sejak tahun 2000-an (dan Indonesia telah pulih dari Krismon), sektor informal ini - baik di kota maupun di desa - sampai sekarang masih tetap berperan

besar dalam perekonomian Indonesia. Walau agak sulit untuk menentukan jumlahnya secara pasti, diperkirakan bahwa sekitar 55 sampai 65 persen pekerjaan di Indonesia adalah pekerjaan informal. Saat ini sekitar 80 persen dari pekerjaan informal itu terkonsentrasi di wilayah pedesaan, terutama di sektor konstruksi dan pertanian.

Dipekerjakan di sektor informal menyiratkan risiko tertentu karena pekerja sektor informal biasanya memiliki pendapatan yang lebih rendah dan tidak stabil. Lagipula mereka tidak memiliki akses ke perlindungan dan layanan dasar. Sementara itu, arus uang di sektor informal tidak dikenakan pajak dan kegiatan informal tidak dapat dimasukkan dalam perhitungan produk nasional bruto (PNB) atau produk domestik bruto (PDB). Oleh karena itu, pada dasarnya, sektor informal tidak baik bagi pekerja dan tidak baik bagi perekonomian.

Pada tahun 2019, Statistik Badan Pusat (BPS) mencatat jumlah pengangguran di Indonesia naik 50 ribu orang per Agustus 2019. Alhasil dengan kenaikan tersebut, jumlah pengangguran meningkat dari 7 juta orang pada Agustus 2018 lalu menjadi 7,05 juta orang. Kemudian menurut kepala BPS Suhariyanto memaparkan rata-rata jumlah pengangguran sejak Agustus 2015 tak pernah turun di bawah 7 juta orang. Rinciannya, pada Agustus 2015 sebanyak 7,56 juta orang, Agustus 2016 sebanyak 7,03 juta orang, dan Agustus 2017 sebanyak 7,04 juta orang.

Kendati jumlah pengangguran di Indonesia naik, tetapi ketua BPS mengklaim tingkat pengangguran terbuka (TPT) per Agustus 2019 mencapai 5,28 persen. Pengangguran terbuka tersebut turun dibanding Agustus 2018 yang

mencapai 5,34 persen. Penurunan TPT ini terjadi karena jumlah angkatan kerja per Agustus 2019 naik dari 131,01 juta orang menjadi 133,56 juta orang. Kenaikan itu sejalan dengan meningkatnya jumlah orang yang bekerja dari 124,01 juta orang menjadi 126,51 juta orang. (BPS,2019/2020).

Ketangguhan perekonomian sebuah negara salah satu indikatornya bisa dilihat dari rasio jumlah pengusaha dengan jumlah penduduknya. Rata-rata negara maju yang memiliki ekonomi stabil, memiliki rasio 14 persen, atau 14 persen jumlah penduduk di negara tersebut adalah pengusaha. Sementara Indonesia rasio jumlah pengusaha masih rendah, meski dari tahun ke tahun jumlahnya menunjukkan tren kenaikan.

Pada akhir – akhir ini minat anak muda Indonesia dalam bidang wirausaha terus mengalami peningkatan. Sebelumnya sektor wirausaha yang digerakkan kalangan muda Indonesia hanya berkisar 1,67%. Saat ini, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, partisipasi wirausahawan muda Indonesia melesat sebesar 3,10%.

Data kementerian koperasi dan UMKM menyatakan bahwa pertumbuhan angka wirausaha muda Indonesia merupakan hasil sinergi dari berbagai pihak. Sektor wirausaha muda ini dikawal oleh 17 Kementerian dan Lembaga Negara lainnya. Dorongan ini dilakukan Pemerintah untuk mengejar ketertinggalan Indonesia dalam bidang wirausaha muda dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya. Pasalnya, negara tetangga seperti Singapura

mempunyai tingkat partisipasi wirausaha muda sebesar 7%, begitu pula Malaysia sebesar 5% dan Thailand 4%. (www.kemenkopukm.go.id)

Kemudian untuk provinsi Jambi, Badan Pusat Statistik provinsi Jambi mencatatkan jumlah resto yang ada di provinsi jambi yaitu sebanyak 1.641 dari tahun 2008 - 2016 yang tersebar pada 11 kabupaten. Dan juga untuk jumlah wirausaha atau UMKM yang ada di provinsi jambi menurut Badan Pusat Statistik tercatat sebanyak 104.155 yang tersebar pada 11 kabupaten yang ada di provinsi jambi dengan rincian 10.763 berada di kota jambi, 4.049 di Batanghari, 1.757 di muaro jambi, 7.625 di Tanjab Barat, 56.002 di Tanjab Timur, 638 di Tebo, 6.848 di bungo, 4.283 di Sarolangun, 2.844 di Merangin, 710 di Kerinci dan 8.636 di Kota Sungai Penuh.

Pada tingkat regional, khususnya di kota jambi ada berbagai macam UMKM salah satunya kafe, yang sekarang mulai berkembang di berbagai tempat sekitar mendalo darat dengan ciri khas masing-masing kafe, pada saat ini sudah ada 22 kafe yang berdekatan dengan kampus Universitas Jambi, ada kafe yang menjual berbagai macam minuman sampai ada kafe yg menggunakan satu bahan baku saja untuk membuat suatu output produk minuman yang bervariasi rasa.

Beberapa tahun ini bisnis di bidang usaha kafe mengalami banyak perkembangan, seiring dengan perkembangan teknologi dan banyaknya peminat yang mencari kafe untuk di jadikan tempat berkumpul. Namun ada juga beberapa konsumen yang berkunjung ke kafe untuk menenangkan diri dari kesibukan dan rasa lelah atas kegiatan sehari-hari. Akan tetapi usaha kafe khususnya pada wilayah kec. Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro jambi, Mendalo Darat.

Mengalami perkembangan pesat mengingat daerah tersebut adalah tempat di mana Universitas Jambi dan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifudin mengadakan kegiatan belajar mengajar yang tentunya ramai akan mahasiswa yang sibuk melaksanakan kegiatan perkuliahan sehingga mendorong para calon pengusaha membuka kafe untuk di jadikan berkumpul dan melepas penat para mahasiswa. Kemudian saya mulai tertarik terhadap kafe bernama Dukun Kopi salah satu kafe yang ada di mendalo alamat tepatnya Ruko anugrah mandiri, blok Q, no.2, desa mendalo indah, kec. Muaro jambi, karena hanya fokus dengan produk minuman yang berasal dari bahan baku kopi saja.

Tabel 1.1

Data perkembangan pengunjung kafe Dukun Kopi

Selama bulan Januari – Juli tahun 2020

Ket	Bulan							
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	JUMLAH
jumlah pengunjung	600	775	744	630	682	780	600	4811
rata-rata	19.35484	25	24	21	22	26	20	
Perkembangan		29%	-4%	-13%	5%	18%	23%	

(Sumber : Kafe dukun kopi jambi, 2020)

Dari table 1.1 dapat di simpulkan bahwa jumlah pengunjung pada kafe dukun kopi mengalami perkembangan yang meningkat sebesar 29% juli dan mengalami penurunan sebesar 4% pada bulan agustus begitupula pada bulan September mengalami penurunan kembali sebesar 13%, kemudian pada bulan oktober dan November kembali mengalami peningkatan sebesar 5%, 18% dan kemudian mengalami penurunan 23% pada bulan desember, dengan demikian

dapat di simpulkan bahwa jumlah pengunjung kafe dukun kopi mengalami perkembangan Fluktuatif.

Karakteristik yang merupakan ciri atau pedagang yang berhubungan dengan aspek lingkungan kehidupan bisnis. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan dalam diri wirausaha, yang pada akhirnya memunculkan tingkat persaingan pedagang. Karakteristik wirausaha ini secara tidak langsung berlahan-lahan membentuk persaingan wirausaha. Pedagang makanan merupakan pihak utama yang berperan langsung dalam masalah tersebut.

Peranan utama yang harus dimiliki oleh wirausaha adalah kemampuan akan pengetahuan, sikap dan keterampilan, sehingga pedagang mampu menguasai usaha makanan dari proses pembelian bahan baku sampai pemasaran serta mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki. Karakteristik individu dan karakteristik usaha digunakan untuk mempengaruhi perilaku wirausaha pedagang sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Oleh karena itu, perlu diketahui karakteristik wirausaha apa yang paling berpengaruh terhadap Loyalitas pada kafe dukun kopi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dari itu penulis mengangkat penelitian ini dengan judul *“Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi”*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh karakteristik wirausaha secara simultan dan parsial terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi?
2. Variabel manakah di karakteristik wirausaha yang berpengaruh paling dominan terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan pengaruh karakteristik wirausaha secara simultan dan parsial terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi.
2. Untuk menganalisis variabel manakah di karakteristik wirausaha yang berpengaruh paling dominan terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Penulis

Penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membandingkan teori dalam perkuliahan dengan hal yang terjadi

dalam dunia usaha yang nyata. Serta memberikan pengalaman yang nyata dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis dibidang kewirausahaan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk para peneliti selanjutnya mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan kafe dalam melakukan bisnisnya dan dapat pula dijadikan bahan referensi bagi pembaca kajian ilmu terutama yang berkaitan dengan hal kegiatan kewirausahaan.

3. Bagi kafe dukun kopi

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan masukan bagi pemilik kafe dukun kopi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

1. Kewirausahaan

Menurut Alfianto dan Eko Agus (2012) wirausaha adalah jalan pekerjaan seseorang yang dijalankan dengan kemungkinan memperoleh keuntungan dan kemungkinan memperoleh kerugian yang tak terhingga berdasarkan skala kualitas seseorang tersebut, sehingga untuk melangkah berwirausaha diperlukan pribadi-pribadi tangguh, pribadi pantang menyerah, percaya diri, kemampuan mental-emosional dan kemampuan membaca peluang.

Kewirausahaan memiliki arti yang cukup luas, karena menyebutkan seseorang atau setiap orang, yang mampu menangkap peluang- peluang usaha, kemudian peluang usaha tersebut dijadikannya sebagai lahan bisnis dengan mencurahkan segenap waktunya untuk menciptakan peluang bisnis. Setelah terciptanya peluang bisnis melekat pada figur wirausahawan yaitu tidak bergantung pada pihak yang tidak sejalan dengan usahanya, jujur, memiliki kegigihan, pantang menyerah, sikap diri yang terpuji, tanggung jawab tak terbatas, kesabaran dalam menghadapi tantangan, komitmen pada hasil pemikirannya, dan totalitas dalam mengurus bisnisnya.

Kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu value dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak. (Peggy A. Lambing & Charles R. Kuehl, 1999).

Sedangkan menurut Suryana (2008), Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan menurut Drucker (dalam Suryana, 2006) adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Banyak orang, baik pengusaha maupun yang bukan pengusaha karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif.

Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Tidak sedikit orang dan perusahaan yang berhasil meraih sukses karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan munculnya ide-ide atau pemikiran-pemikiran untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan dalam organisasi perusahaan, proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan untuk meraih pangsa pasar. Baik ide, pemikiran, maupun tindakan kreatif tidak lain adalah untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang. Jadi, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda, seperti:

1. Pengembangan teknologi.
2. Penemuan pengetahuan ilmiah.
3. Perbaikan produk barang dan jasa yang ada.

4. Menemukan cara-cara baru untuk mendapatkan produk yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien.

Definisi kewirausahaan menurut Hisrich yaitu “ Entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychological, and social risk and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction and independence”. (Alma, 2004)

Disini penekanan kewirausahaan adalah mengenai proses menciptakan sesuatu yang berbeda, yang memiliki nilai tambah melalui pengorbanan waktu dan tenaga dengan berbagai resiko sosial dan mendapatkan penghargaan akan sesuatu yang diperoleh beserta dengan timbulnya kepuasan pribadi dari hasil yang diperoleh. Pengertian wirausaha disini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan atau peluang- peluang bisnis (Sudrajad, 2011).

2. Karakteristik Wirausaha

Menurut Meredith (dalam Suryana, 2006) mengemukakan karakteristik dan watak kewirausahaan pada tabel 2.2 dibawah ini.

Tabel 2.2

Karakteristik dan Watak Wirausaha

KARAKTERISTIK	WATAK
1. Percaya diri dan optimis	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, tidak tergantung terhadap orang lain, dan individualistis.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun, dan tabah, tekad kerja keras, serta inisiatif.
3. Berani mengambil resiko dan menyukait tantangan	Mampu mengambil resiko yang wajar.
4. Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran serta kritik.
5. Keorisinalan	Inovatif, kreatif, dan fleksibel.
6. Berorientasi masadepan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

Selanjutnya, Kuriloff dkk, (dalam Suryana, 2006). Mengemukakan karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan seperti pada tabel 2.3

Tabel 2.3

Karakteristik Wirausaha dalam Bentuk Karakteristik Wirausaha dalam Bentuk Nilai-Nilai dan Perilaku Wirausaha

NILAI-NILAI	PERILAKU
1. Komitmen	Menyelesaikan tugas hingga selesai
2. Resiko moderat	Tidak melakukan spekulasi, melainkan berdasarkan pada perhitungan yang matang.
3. Melihat peluang	Memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.
4. Objektivitas	Melakukan pengamatan secara nyata untuk memperoleh kejelasan.
5. Umpan balik	Menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan
6. Optimism	Menunjukkan kepercayaan diri yang besar walaupun berbeda dalam situasi yang berat.
7. Uang	Melihat uang sebagai suatu sumber daya, bukan tujuan akhir.
8. Manajemen proaktif	Mengelola berdasarkan perencanaan masa depan.

Dengan menggabungkan pandangan Timmons, dkk dalam Suryana (2013) memperluas karakteristik sikap dan pribadi wirausaha yang berhasil sebagai berikut:

- 1) *Commitment and determination*, yaitu memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatian terhadap usaha. Sikap yang setengah hati mengakibatkan besarnya kemungkinan untuk gagal dalam berwirausaha.
- 2) *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab dalam mengendalikan sumber daya digunakan dan keberhasilan berwirausaha, oleh karena itu wirausaha akan mengawas diri secara internal.
- 3) *Opportunity obsession*, yaitu berambisi untuk selalu diukur dengan keberhasilan untuk mencapai tujuan. Pencapaian tujuan terjadi apabila terdapat peluang.
- 4) *Tolerance for risk, ambiguity, and uncertainty*, yaitu tahan terhadap resiko dan ketidakpastian. Wirausaha harus belajar mengelola resiko dengan cara mentranspernya ke pihak lain seperti bank, investor, konsumen, pemasok, dan lain-lain. Wirausaha yang berhasil biasanya memiliki toleransi terhadap pandangan yang berbeda dan ketidakpastian.
- 5) *Self confidence*, yaitu percaya diri. Wirausaha cenderung optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil.

- 6) *Creativity and flexibility*, yaitu berdaya cipta yang luwas. Salah satu kunci penting adalah kemampuan untuk menghadapi perubahan permintaan.
- 7) *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu memerlukan unpan balik dengan segera. Wirausaha selalu ingin mengetahui hasil dari apa yang telah dikerjakannya. Oleh karena itu, dalam memperbaiki kinerjanya, wirausaha selalu memiliki kemauan untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang telah dimilikinya dan belajar dari kegagalan.
- 8) *High level of energy*, yaitu memiliki tingkat energi yang tinggi. Wirausaha yang berhasil memiliki daya juang yang lebih tinggi dibandingkan kebanyakan orang, sehingga ia lebih suka kerja keras walaupun dalam waktu yang relative lama.
- 9) *Motivation of excel*, yaitu memiliki dorongan untuk selalu unggul. Wirausaha selalu ingin lebih unggul dan berhasil dalam mengerjakan apa yang dilakukannya dengan melebihi standar yang ada. Motivasi ini muncul dari dalam diri (internal) dan jarang dari factoreksternal.
- 10) *Orientation to the future*, yaitu berorientasi pada masa depan. Untuk tumbuh dan berkembang, wirausaha selalu berpandangan jauh ke masa depan yang lebih baik.
- 11) *Willingness to learn from failure*, yaitu selalu belajar dari kegagalan. Wirausaha yang berhasil tidak pernah takut akan kegagalan. Ia selalu memfokuskan kemampuannya pada keberhasilan.

12) *Leadership ability*, yaitu kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan serta harus memiliki taktik mediator dan negotiator dari padadictator.

dari beberapa ciri diatas, terdapat beberapa nilai hakiki penting atau karakteristik kewirausahaan (Suryana,2013) , yaitu :

1. Percaya diri

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan (Soesarsono dalam Suryana, 2012:39). Dalam praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimism, individualitas, dan ketidak tergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimmere dalam Suryana, 2013)

Kepercayaan diri bersifat internal, sangat relative, dinamis, dan banyak ditentukan oleh kemampuan untuk memulai, melaksanakan, dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana efektif, dan efisien. Kepercayaan diri juga selalu ditunjukkan oleh ketenangan, ketekunan, kegairahan, dan kemantapan dalam melakukan pekerjaan (Suryana,2013).

Keberanian yang tinggi dalam mengambil resiko dan perhitungan matang yang diikuti dengan optimism harus disesuaikan dengan kepercayaan diri. Oleh sebab itu, optimism dan keberanian mengambil resiko dalam menghadapi suatu tantangan dipengaruhi oleh kepercayaan diri. Kepercayaan diri juga ditentukan oleh kemandirian dan kemampuan diri sendiri. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi relative lebih mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah sendiri tanpa menunggu bantuan orang lain.

Kepercayaan diatas, baik langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi sikap mental seseorang. Gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, semangat berkarya, dan sebagainya banyak dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri seseorang yang berbanding dengan pengetahuan ketrampilan dan kewaspadaannya (Wijandi dalam Suryana,2013).

2. berorientasi pada tugas dan hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai positif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif. Berinisiatif artinya selalu ingin mencapai dan memulai sesuatu. Untuk memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Sekali sukses atau berprestasi, maka sukses berikutnya akan menyusul, sehingga usahanya semakin maju dan berkembang. Dalam kewirausahaan , peluang hanya diporeoleh

melalui pelatihan dan pengalaman selama bertahun-tahun, dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, dan semangat berprestasi.

3. Keberanian mengambil resiko

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Resiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, resiko yang tinggi kemungkinan memperoleh sukses yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi. Oleh sebab itu, ia akan lebih menyukai resiko yang seimbang (moderat). Dengan demikian, keberanian untuk menanggung resiko yang menjadi nilai kewirausahaan dalam pengambilan resiko yang penuh perhitungan dan realistis.

4. Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda menjadi yang pertama, dan lebih menonjol. Dengan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya dengan lebih cepat, lebih dulu dan segera berada dipasar.

5. Berorientasi ke masa depan

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki

pandangan yang jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarya dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada saat ini. Meskipun terdapat resiko yang mungkin terjadi, ia tetap tabah untuk mencari peluang dan tantangan demi pembaruan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karya dan karya yang sudah ada saat ini. Oleh sebab itu, ia selalu mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

6. Keorisinalan : kreativitas dan inovasi

Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinalan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Yuyun dalam Suryana, 2013).

3. Loyalitas

Tjiptono (2008) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih. Selain itu, pembelian ulang dapat pula merupakan hasil upaya promosi terus menerus dalam rangka memikat dan membujuk pelanggan untuk membeli kembali merek yang sama. Bila tidak ada dominasi pasar dan upaya promosi intensif tersebut, pelanggan yang loyal pada merek tertentu cenderung terikat

pada merek tersebut dan bakal membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak alternatif lainnya.

Pada prinsipnya, konsep loyalitas pelanggan berlaku untuk merek, jasa, organisasi (toko, pemasok, jasa, klub olahraga), katagori produk (contohnya, rokok), dan aktivitas (misalnya, berenang dan bermain sepak bola). Secara garis besar, literature loyalitas pelanggan didominasi dua aliran utama: aliran stokastik (*behavioral*) dan aliran deterministic (sikap). Dengan kata lain, loyalitas merek dapat ditinjau dari merek apa yang dibeli konsumen dan bagaimana perasaan atau sikap konsumen terhadap merek tertentu. Dalam perkembangan terakhir, muncul pula aliran *integrative* yang berusaha menghubungkan perspektif sikap dan *behavioral*, Tjiptono (2008).

menurut Kotler, phillip dan Keller (2013), loyalitas berasal dari pemenuhan harapan atau harapan konsumen, sedangkan ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, janji atau informasi dari pemasar atau pesaing. Ada alasan untuk mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Berikut adalah hal yang menyebabkan loyalitas pelanggan:

1. Menciptakan produk, jasa dan pengalaman yang unggul bagi pasar sasaran
2. Mengorganisasi dan mengakses data base informasi tentang kebutuhan, preverensi, hubungan, frekuensi pembelian dan kepuasan pelanggan perorangan
3. Mempermudah pelanggan menjangkau ponsel perusahaan yang tepat dan mengekpresikan kebutuhan, persepsi dan keluhan pelanggan.

Menurut Kotler, Philip dan Keller (2013) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk / jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perilaku pelanggan beralih.

Griffin (2007) dalam Fajar dan Hasibun mengatakan bahwa konsumen loyal adalah seseorang yang melakukan aktifitas membeli barang atau jasa yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang secara berkala
2. Membeli produk lain yang ditawarkan produsen yang sama
3. Merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain
Butuh waktu yang cukup lama dan beberapa tahapan untuk mempunyai pelanggan yang loyal.

Pelanggan yang loyal dibutuhkan penekanan yang berbeda dalam setiap tahapannya, karena di setiap tahapan mempunyai penekanan yang berbeda. Dengan memenuhi tahapan dan kebutuhan pada pelanggan, perusahaan akan memiliki peluang yang lumayan besar untuk membuat calon pembeli menjadi loyal.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan karena dengan adanya layanan yang baik akan membuat para pelanggan merasa nyaman dan dihargai sehingga melakukan pembelian berulang-ulang tidak hanya satu kali akan tetapi bisa menetap atau menjadi pelanggan tetap baik produk ataupun jasa.

4. Kafe

Kafe (cafe) menurut Longman. Restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, kafe biasanya digunakan orang untuk rileks (Dictionary of English Language and Culture). Kafe adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik, tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue.

Biasanya kafe menyediakan menu yang lebih sedikit dibandingkan dengan restoran. Kafe tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus pada menu makanan ringan seperti kue roti, dan sup. Untuk minuman biasanya disajikan teh, kopi, juice, serta susu coklat. Minuman beralkohol tidak disediakan di kafe. Tetapi kafe menawarkan suasana relaksasi bagi para konsumen yang merasa lelah dan jenuh dengan kegiatan keseharian mereka yang penuh dengan ketegangan.

Pada tingkat regional, khususnya di kota jambi ada berbagai macam kafe yang tersebar di berbagai tempat dengan ciri khas masing-masing kafe, ada kafe yang menjual berbagai macam minuman sampai ada kafe yg menggunakan satu bahan. Ada salah satu kafe milik teman saya yang selalu selalu ramai dengan pengunjung setiap harinya yang mengundang ketertarikan saya untuk meneliti lebih jauh tentang kafe saya yang menurut saya kafe tersebut seperti halnya kafe – kafe pada umumnya hanya saja kafe teman saya memiliki keunggulan yang menurut saya belum saya temui pada kafe sekitaran mendalo, yaitu hanya menyajikan minuman berbagai macam varian yang berasal dari bahan dasar kopi yang ada di beberapa wilayah di indonesia bahkan ada juga yang berasal dari luar negeri.

Pada beberapa waktu yang lalu saya sudah melakukan penelitian terdahulu pada kafe tersebut kepada beberapa konsumen yang sering berkunjung bahkan ada yg baru pertama kali berkunjung di kafe tersebut.

Menurut survei pendahuluan yang sudah saya lakukan dengan mewawancarai beberapa pengunjung kafe, ada beberapa hal penyebab mereka mengunjungi kafe dukun kopi yaitu sebagai berikut :

1. Pemilik kafe yang ramah
2. Tempat yang nyaman
3. Suasana yang tenang
4. Menu minuman yang unik – unik.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4

NO	Peneliti/Judul	Variabel Penelitian	Hasil peneitian
1.	Andi Wijayanto/ Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang	Karakteristik Wirausaha Tingkat Keberhasilan Usaha	Hasil analisis regresi linear berganda terhadap variabel bebas yang meliputi Kecakapan Pribadi dan Kecakapan Sosial terhadap variabel Keberhasilan Usaha diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,643. Nilai F_{hitung} (16,643) lebihbesar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} (2,59) atau berada dalam daerah penolakan H_0 . Nilai t_{hitung} variabel Kecakapan Pribadi (X1) dari hasil analisis regresi linear sederhana adalah sebesar 2,990 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar +/-2,052. Nilai t_{hitung} variabel Kecakapan Sosial (X2) dari hasil analisis regresi linear sederhana adalah sebesar 5,878, sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar +/-2,052.

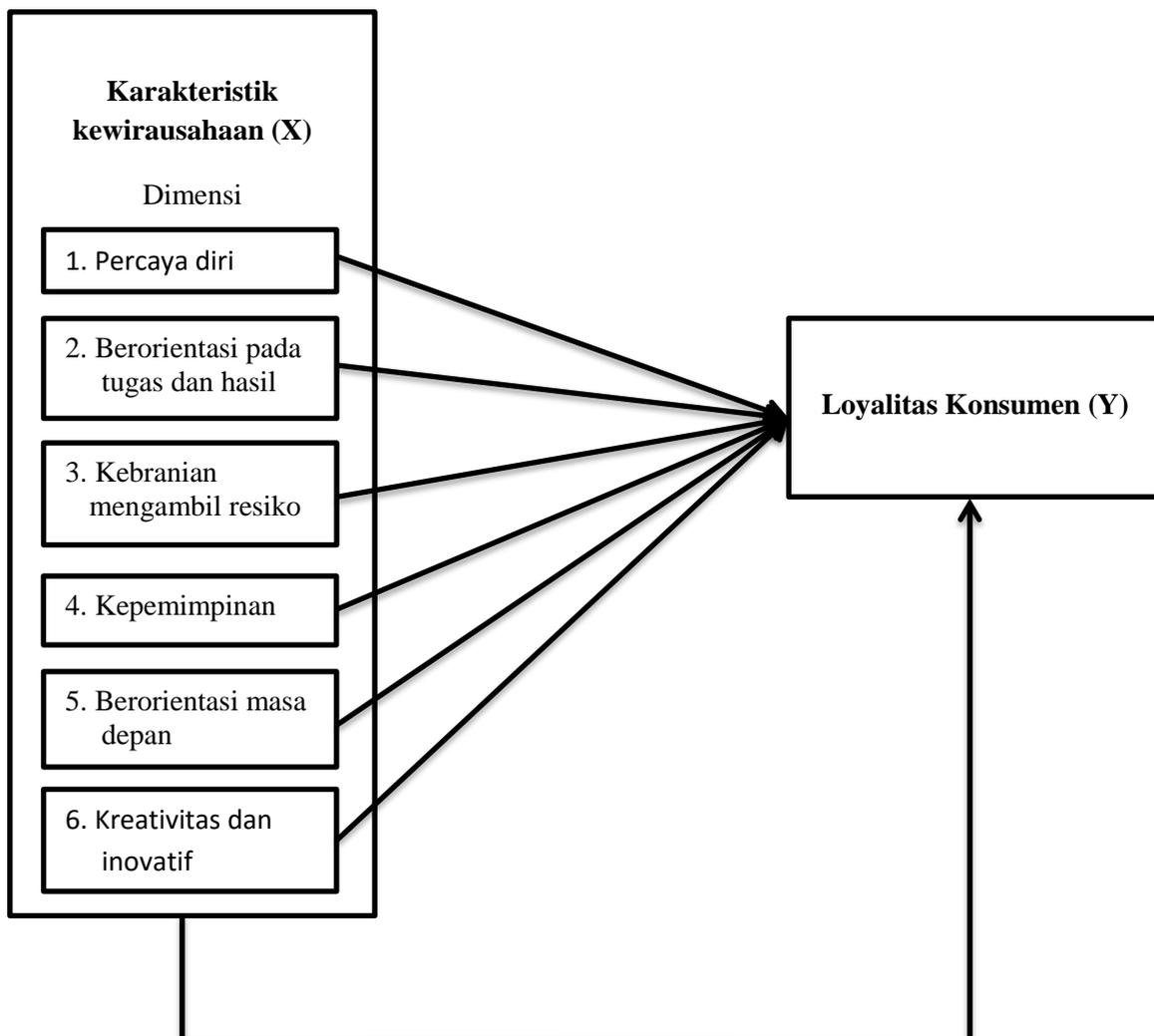
2.	Heri Jumaedi/Hubungan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Pengusaha Kecil di Pekalongan)	Karakteristik Wiausaha Keberhasilan Usaha	<p>Hasil analisa menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha (Percaya Diri, Pengambil Resiko dan Kepemimpinan) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha.</p> <p>Hubungan Percaya Diri terhadap keberhasilan usaha sebesar $r_s : 0.71$, hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara Percaya Diri sebagai Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha.</p> <p>Hubungan Kepemimpinan terhadap keberhasilan usaha sebesar $r_s : 0.43$, hal ini menunjukkan hubungan yang sedang antara Kepemimpinan sebagai Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha.</p>
3.	Ardiansyah (2017)/ Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Para Pelaku Usaha Kuliner di Seputaran Universitas Mulawarman Samarinda	Karakteristik kewirausahaan Keberhasilan Usaha	<p>Hasil uji F (Simultan) menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan.</p> <p>Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa hanya ada empat variabel yaitu pengetahuan tentang usaha, pengetahuan praktis, berkreasi dan kemampuan untuk berhitung yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.</p> <p>Sedangkan variabel lainnya yaitu imajinasi berpandangan jauh kedepan, dan kemampuan untuk berkomunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usah pada para pelaku usaha kuliner di seputaran universitas mulawarman di samarinda..</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah karakteristik wirausaha memberikan pengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:

gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Sebelum dirumuskan hipotesis dari penelitian ini maka, terlebih dahulu dikemukakan mengenai hipotesis. Menurut Sugiyono (2005) pengertian hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

H₀: Karakteristik wirausaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

H₁: Variabel karakteristik wirausaha yang terdiri dari Percaya diri, Berorientasi pada tugas dan hasil, Keberanian mengambil resiko, Kepemimpinan, berorientasi masa depan, dan Keorisinalan: Kreativitas dan Inovatif secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

H₂: Variabel karakteristik wirausaha yang terdiri dari Percaya diri, Berorientasi pada tugas dan hasil, Keberanian mengambil resiko, Kepemimpinan, berorientasi masa depan, dan Keorisinalan: Kreativitas dan Inovatif secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen.

H₃: Percaya diri berpengaruh paling dominan terhadap Loyalitas konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu bentuk pendekatan yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan langkah-langkah praktis terhadap suatu objek yang menjadi permasalahan. Tujuan rancangan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang valid, objektif, dan reliabel. dan penelitian ini menggunakan skala likert yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dimana pendekatan ini memberikan suatu gambaran permasalahan untuk mencari hubungan antara variabel X (Karakteristik wirausaha) dengan variabel Y (Loyalitas konsumen) pada kafe dukun kopi di Ruko anugrah mandiri, blok Q, no.2, desa mendalo indah, kec. Muaro jambi.

3.2 Jenis Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data yang ingin di olah adalah tentang karakteristik wirausaha terhadap Loyalitas konsumen kafe dukun kopi. Sumber data primer di peroleh dari hasil penelitian melalui kuisisioner yang di bagikan kepada konsumen kafe dukun kopi.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang di peroleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang diperoleh dari pihak tertentu berupa data jumlah pada kafe dukun kopi di Ruko anugrah mandiri, blok Q, no.2,

desa mendalo indah, kec. Muaro jambi. Data juga diperoleh dari penelitian perpustakaan yang dilakukan untuk mendapatkan data berupa teori-teori, konsep-konsep, defenisi- defenisi, serta detail yang berhubungan dengan topik penelitian ini. Data ini juga diperoleh dari artikel yang sudah di publikasikan seperti buku, jurnal elektronik dan juga penelitian terdahulu.

3.3 pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan survei lapangan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2012)

Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, responden memilih jawaban yang sudah disediakan dengan memberi tanda ceklis pada jawaban yang sesuai. Dalam kuesioner ini penulis menggunakan skala Likert yaitu angka 5 mewakili sangat setuju, angka 4 mewakili setuju, angka 3 mewakili netral, angka 2 mewakili tidak setuju, angka 1 mewakili sangat tidak setuju.

Kuesioner di distribusikan dengan memberikan kuesioner secara langsung (*face to face*) kepada konsumen kafe dukun kopi di Ruko anugrah mandiri, blok Q, no.2, desa mendalo indah, kec. Muaro jambi, dimana kuesionertersebut berhubungan dengan variable karakteristik wirausaha terhadap Loyalitas konsumen.

3.3.2 Data Sekunder

Untuk mendapatkan data sekunder yaitu hasil dari observasi ke lapangan. Untuk memperoleh konsep atau teori dilakukan dengan cara keperpustakaan, mencari buku yang berkaitan dengan penelitian, membaca dan memahami dan memasukan teori atau defenisi-defenisi yang berhubungan langsung kedalam penelitian. Mengakses internet untuk mendapat jurnal dan skripsi yang mempunyai metode dan hasil penelitian yang hampir sama setelah itu diidentifikasi untuk mendapatkan data yang sesuai dengan penelitian, selain itu mencari artikel yang memberi informasi tentang Loyalitas konsumen dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Suatu penelitian akan selalu bertemu dengan masalah sumber data yang di sebut populasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data di peroleh. Sumber data disebut responden. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 4811 yang mampir pada kafe dukun kopi pada tahun 2020 dari bulan januari – juli.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiono (2007), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian yang berguna bagi tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya. Unit sampel

yang digunakan adalah pembeli pada kafe dukun kopi mendalo indah, kec. Muaro Jambi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yaitu minimal sudah 2x melakukan transaksi di kafe dukun kopi, kemudian pengambilan sampel di hitung menggunakan rumus slovin dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%.

$$\begin{aligned} \text{Rumus :} \quad n &= \frac{N}{N.d^2+1} \\ &= \frac{4811}{4811.(0,1)^2+1} \\ &= \frac{4811}{49,81} \\ &= 96,58 \\ &= 97 \text{ di genapkan menjadi } 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = batas toleransi kesalahan

3.5 Operasional dan variabel

Untuk menetapkan variabel dan indikator yang digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian, maka disusun operasional variabel sebagai berikut :

Table 3.1 Operasional**Variabel Penelitian**

No	Variabel/Sub	Konsep Variabel	Indikator	Skala Ukur
1.	Karakteristik wirausaha (X)	Menurut Meredith (dalam Suryana,2013:22) mengemukakan karakteristik dan watak kewirausahaan dalam bentuk tabel.	<ul style="list-style-type: none">- Percayadiri- Berorientasi- Keberanian mengambil resiko- Kepemimpinan- Berorientasi masa depan- Keorisinalan: kreativitas	Ordinal
a.	Percaya diri (X.1)	Dalam praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimism, individualitas, dan ketidak tergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Suryana,2013)	<ul style="list-style-type: none">- Keyakinandiri- Optimis- Ketidaktergantungan	Ordinal
b.	Berorientasi pada tugas dan hasil (X.2)	Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, tekad kerja keras, dan berinisiatif.(Suryana,2013)	<ul style="list-style-type: none">- Motif berprestasi tinggi- Tekad kerjakeras- Berinisiatif	Ordinal

c.	Keberanian mengambil resiko (X.3)	Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Resiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, resiko yang tinggi kemungkinan memperoleh sukses yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi. Oleh sebab itu, ia akan lebih menyukai resiko yang seimbang (moderat). (Suryana,2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Menyukai tantangan - Menyukai resiko yang seimbang - Pengambilan resiko dengan penuh perhitungan dan realities 	Ordinal
d.	Kepemimpinan (X.4)	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran dan kritik. (Suryana,2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Berjiwa kepemimpinan - Mudah beradaptasi dengan orang lain - Terbuka terhadap saran dan kritik 	Ordinal
e.	Berorientasi masa depan (X.5)	Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarya dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada saat ini. (Suryana,2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki visi terhadap - Memiliki perspektif pandangan yang jauh kedepan - Selalu berkarya dan berkarya 	Ordinal
f.	Keorisinalan : kreativitas dan inovasi (X.6)	Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinalan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Suryana,2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Kreatif - Fleksibel - Inovatif 	Ordinal
2.	Loyalitas (Y)	menurut Kotler dan Keller (2013), loyalitas berasal dari pemenuhan harapan atau harapan konsumen, sedangkan ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, janji atau informasi dari pemasar atau pesaing.	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pembelian ulang secara teratur - Melakukan pembelian di luar lini produk/jasa - Merekomendasikan produk - Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing - Keinginan untuk pembelian ulang - Pemenuhan harapan konsumen 	Ordinal

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Metode Analisis Deskriptif

Analisis data yang dilakukan terbatas pada teknik pengolahan datanya, seperti pengecekan data dan tabulasi, dalam hal ini sekedar membaca tabel, grafik atau angka yang tersedia, kemudian melakukan uraian pada penafsiran. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian yaitu kurikulum kewirausahaan, metode pembelajaran kewirausahaan, tenaga pengajar/Dosen, dan atmosfer kewirausahaan.

Analisis deskriptif dilakukan untuk menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel yang diteliti masuk kedalam kategori sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, atau sangat tidak baik.

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberi skor/nilai yang tersusun menurut skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial, yang dijabarkan melalui sub variabel. Sub variabel ini dijabarkan lagi menjadi komponen- komponen yang terukur ini kemudian dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrumen yang bisa berupa pertanyaan yang kemudian dijawab oleh responden.

Tabel 3.2
Skala Likert

PERTANYAAN	BOBOT
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Umar, 2008).

Setelah data dari responden dikumpulkan, maka langkah selanjutnya yaitu menganalisa secara deskriptif data mentah dari responden menggunakan rentang skala. Rentang skala dihitung dengan menggunakan rumus (Simamora, 2002):

$$\text{Rentang skor} = \frac{m - n}{m}$$

Dimana :

n = angka minimum skala kusioner

m = angka maksimum skala kusioner

Misalnya untuk kelas pertama yaitu:

$$\text{Rentang skala} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Rentang skala} = \frac{4}{5}$$

$$\text{Rentang skala} = 0,8$$

Maka, untuk batas bawah kelas 1 yaitu sangat rendah adalah sebesar 97 (jumlah responden) yang di genapkan menjadi 100 ditambah dengan rentang skala 4, maka batas atas kelas 1 yaitu 108. Adapun rentang skala dalam

penelitian ini, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yaitu:

Tabel 3.3
Rentang skala

No	Kelas	Keterangan
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Cukup Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber: Peneliti, 2020.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik perlu dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak layak untuk digunakan. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

3.7.2 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal ataupun mendekati normal. Uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid ntuk jumlah sampel kecil. (Ghozali, 2009).

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistic Kolmogorov-smirnov dengan melihat tingkat signifikannya. Uji ini dilakukan

sebelum data diolah. Pendeteksian normalitas data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi Kolmogorov-smirnov $> 0,05$ maka dinyatakan data terdistribusi normal.

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Menurut Ghazali (2009) dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas akan menyebabkan koefisien bernilai kecil dan standar error regresi bernilai besar sehingga pengujian variabel bebas secara individu akan menjadi tidak signifikan. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan $VIF > 5$ mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas, sedangkan untuk nilai tolerance $> 0,05$ (5%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.

3.7.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2009).

Metode pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan glejer yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolute residualnya. Dengan pengambilan keputusan data tersebut mengalami gejala heteroskedastisitas apabila nilai $\text{sig} < 0,05$. Sedangkan sebaliknya apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka data tersebut tidak mengalami gejala heteroskedastisitas atau data tersebut homoskedastisitas.

3.7.5 Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu regresi linier berganda terdapat korelasi yang tinggi antara residual atau tidak pada periode t dengan residual periode $t-1$.

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi, salah satunya dapat dilihat dari uji durbin-watson (DW test) yaitu dengan membandingkan nilai durbin Watson (DW) hitung dengan nilai (DW) tabel

dasar pengambilan keputusan :

1. Jika $0 < dw < dl$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi positif.
2. Jika $4 - dl < dw < 4$, maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi negative.
3. Jika $du < dw < 4 - du$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi baik positif maupun negative.
4. Jika $dl < dw$ atau $4 - du < dw < 4 - dl$, maka tidak adala pengambilan keputusan.

3.7.6 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuisioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Ada 3 cara yang digunakan untuk mengukur validitas yaitu: 1) melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. 2) melakukan korelasi bivariate antar masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. 3) Uji dengan Korelasi Rank *Spearman*. Secara operasional cara tersebut dapat dilakukan dengan program komputer jenis SPSS.

Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan mengkorelasi skor tiap butir dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir (Sugiyono, 2012). Masrun (dalam Sugiyono, 2012) menyatakan bahwa item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$ atau lebih besar dari $0,3$ ($r > 0,3$), maka instrumen tersebut dianggap valid. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari $0,3$ ($r < 0,3$) maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Didalam penelitian ini uji coba dilakukan terhadap 100 responden. Perhitungan uji validitas yang dilakukan dengan program SPSS *Statistics*. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai *rhitung* dengan *rtabel*. Untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.

Apabila $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ dan alpha 0,05 (5%), maka $r_{tabel} = 0,2913$.

Suatu indikator dikatakan valid dengan ketentuan (Ghozali, 2013):

Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} (0,2913) = \text{valid}$

Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} (0,2913) = \text{tidak valid}$

Hasil validitas dapat dilihat pada tampilan *Item-Total Statistics* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

3.7.7 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2008) menyatakan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentang (misal 0-20, 0-50). Dan untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil $\alpha > 0,60 = \text{reliabel}$ dan $\alpha \leq 0,60 = \text{tidak reliabel}$. Menurut Sekaran:1992, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan diatas 0,6 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

3.8 Alat Analisis

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda (*multiple regresional analisis*). Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel terikat

(Ghozali, 2011) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel (Karakteristik Wirausaha) terhadap variabel dependen (Keberhasilanusaha).

Persamaan regresi tersebut dapat digunakan dapat digambarkan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan :

α = Konstanta interpersi

Y = Keputusan pembelian

X1 = *PercayaDiri*

X2 = *Beroreantasi Pada Tugas DanHasil*

X3 = *Keberanian MengambilResiko*

X4 = *Kepemimpinan*

X5 = *Berorientasi MasaDepan*

X6 = *Keorisinalan*

e = Standar error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji F (UjiSimultan)

Uji F untuk menguji pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

Adapun proses pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

a. $H_0 : \beta_1 = 0$

artinya variabel independen (X) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel (Y).

2. $H_0 : \text{salah satu dari } \beta_1 \neq 0$

Artinya variabel independen

(X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Menentukan taraf signifikansi

3. Taraf signifikansi menggunakan 0,05

a. H_0 diterima jika $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$

b. H_a ditolak jika $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$

3.9.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

a. $H_0 : \beta_1 = 0$

artinya variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

b. $H_a : \text{salah satu dari } \beta_1 \neq 0$

artinya variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

2. Menentukan taraf signifikansi

Taraf signifikansi menggunakan 0,05

3. Menentukan kriteria pengujian

Degree of Freedom (DF) = $n - k$, dimana n merupakan jumlah observasi yaitu 30 responden dan k adalah jumlah variabel independen dan dependen.

a. H_0 diterima jika $T_{tabel} > T_{hitung}$

b. H_a ditolak jika $T_{tabel} < T_{hitung}$

3.9.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat berapa besar pengaruh variabel bebas yang diteliti (X , Karakteristik Wirausaha) terhadap variabel terikat (Y , Keputusan pembelian). Koefisien determinasi (R^2) berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Kafe

Kafe (cafe) menurut Longman. Restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, kafe biasanya digunakan orang untuk rileks (Dictionary of English Language and Culture). Konon, Kafe pertama kali dibuka di Constantinopel, ibukota kerajaan Ottoman, Turki pada tahun 1555. Pembukaannya bertepatan dengan terdapatnya sebuah toko yang menyediakan kopi di distrik Tahtakale. Pada tahun 1669 utusan sultan Mohammed IV berkunjung ke Paris, Perancis, dengan membawa berkarung-karung biji misterius yang nantinya dikenal dengan nama coffee. Inilah cikal bakal perkembangan cafe di Eropa di abad ke 17, tepatnya di Inggris. Dimana pada bulan Mei 1670 kebiasaan menikmati kopi pada kaum bangsawan Paris telah menjadi mode baru.

Di tahun 1672 seorang pengusaha muda asal Armenia, yang dikenal dengan nama Pascal menjualnya secara umum, pertama-tama di sebuah pameran besar di Saint Germain dan kemudian di sebuah toko kecil yang berlokasi di Quai de Evole. Yang menarik adalah pada jaman itu, wanita di Eropa malah belum diperbolehkan memasuki kafe. Wanita dianggap tabu masuk kafe di Paris dan Inggris Pada tahun 1839 muncullah kata *cafeteria* dalam bahasa Amerika English yang berasal dari bahasa Mexican Spanish untuk menyebutkan sebuah kedai kopi.

Pada tingkat regional, khususnya di kota jambi ada berbagai macam UMKM salah satunya kafe, yang sekarang mulai berkembang di berbagai tempat

sekitar mendalo darat dengan ciri khas masing-masing kafe, pada saat ini sudah ada 22 kafe yang berdekatan dengan kampus Universitas Jambi, ada kafe yang menjual berbagai macam minuman sampai ada kafe yg menggunakan satu bahan baku saja untuk membuat suatu output produk minuman yang bervariasi rasa.

Beberapa tahun ini bisnis dibidang usaha kafe mengalami banyak perkembangan, seiring dengan perkembangan teknologi dan banyaknya peminat yang mencari kafe untuk di jadikan tempat berkumpul. Namun ada juga beberapa konsumen yang berkunjung ke kafe untuk menenangkan diri dari kesibukan dan rasa lelah atas kegiatan sehari-hari.

Akan tetapi usaha kafe khususnya pada wilayah kec. Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro jambi, Mendalo Darat. Mengalami perkembangan pesat mengingat daerah tersebut adalah tempat di mana Universitas Jambi dan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifudin mengadakan kegiatan belajar mengajar yang tentunya ramai akan mahasiswa yang sibuk melaksanakan kegiatan perkuliahan sehingga mendorong para calon pengusaha membuka kafe untuk di jadikan berkumpul dan melepas penat para mahasiswa.

Kemudian saya mulai tertarik terhadap kafe bernama Dukun Kopi salah satu kafe yang ada di mendalo alamat tepatnya Ruko anugrah mandiri, blok Q, no.2, desa mendalo indah, kec. Muaro jambi, karena hanya fokus dengan produk minuman yang berasal dari bahan baku kopi saja. Berikut adalah beberapa nama-nama kafe yang berada di wilayah mendalo.

Tabel 4.1
Daftar Kafe di Mendalo

no	Nama Kafe Di Mendalo
1	Waroeng AM
2	Kalijodo coffe Mendalo
3	FND 29 Caffè
4	Fufuy Caffè
5	Numkuy Suasana Hati
6	Payo Ngopi
7	Pelangiad Coffe
8	Dukun Kopi
9	Pattaya
10	Kedai Kampus
11	My Box mendalo
12	Ngaleh
13	Regrub Coffe
14	Little Talk
15	Sherrif Coffe
16	Etree
17	Pentagen
18	Sinopsis
19	Rumah kayu
20	Kedai nenek
21	Ahmad saguh
22	Kopi bang T

4.2 Visi dan Misi Kafe Dukun kopi

Visi dan misi merupakan syarat wajib yang harus ditetapkan bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda, semua tergantung tujuan yang akan dicapai oleh masing-masing perusahaan. Biasanya visi dan misi dibuat saat perusahaan sedang akan dibangun, karena visi dan misi perusahaan menjadi landasan dasar bagi sebuah perusahaan mengenai tujuan apa yang ingin dicapai dan bagaimana arah yang harus ditempuh perusahaan untuk mencapainya.

a. Visi Perusahaan

Visi dari kedai kopi ini adalah menjadi kedai kopi yang menawarkan suasana, kondisi, tempat, menu yang bervariasi dengan cita rasa dan kualitas kopi dukun kopi yang baik dan dapat memenuhi selera para pengunjung dan pelanggannya sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, serta dapat mengembangkan bisnis kedai kopi ini ke berbagai daerah untuk mengenalkan dan membudayakan minum kopi produk Massa Dukun kopi serta membuka lowongan pekerjaan di tengah masyarakat.

b. Misi Perusahaan

1. Mempertahankan cita rasa kopi daerah jambi
2. Meningkatkan kreativitas untuk menciptakan menu-menu baru yang lebih bervariasi untuk dapat ditawarkan dan dinikmati oleh pelanggan.
3. Menawarkan kenyamanan di dalam menikmati kopi kepada pelanggan.

4.3 Menu yang Ditawarkan

Setiap Kafe pasti menawarkan beraneka ragam jenis minuman. Keanekaragaman menu yang ditawarkan setiap kafe akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan daya tarik bagi konsumen. Menu merupakan alat pemasaran yang sangat kuat dalam suatu kafe. Kafe dukun kopi menyediakan menu minuman seperti sebagian kafe lain nya yang banyak diminati oleh konsumen. Berikut daftar menu kafe dukun kopiu dapat dilihat pada **Tabel 4.2**

Tabel 4.2

Daftar Minuman Kafe Dukun Kopi

No	Kopi Asli	Harga
1	Filter / V60	15k
2	Kopi Joss	12k
3	Kopi Bir	15k
4	Japanese Ice Coffe	15k
5	Lemonade Coffe	15k
6	Espresso	10k
7	Americano	12k
8	Long Black	12k
9	Tubruk	10k
10	Vietnam Drip Ice/Hot	13/15k
11	Tubruk Susu	12k
12	Kopi Susu Gula Aren	15k
13	Kopi Kecap Dukun	15k
14	Kopi Oreo	15k
15	Caffe Latte	12k
16	Cappucino	12k
17	Mocacino	12k
18	Es Kopi Dukun	12k
	Non Coffe	
1	Chocholatte	12k
2	Tarolatte	12k
3	Matcha Latte	12k
4	Red Velvet	12k
5	Chocho Oreo	12k
	Cemilam	
1	Ubi Goreng	7k
2	Nugget	10k
3	Kentang Goreng	10k

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Setiap responden memiliki respon yang berbeda dalam menjawab instrumen penelitian, sehingga diperlukan klasifikasi responden untuk mengetahui secara umum mengenai identitas responden seperti jenis kelamin, usia, serta jenis usahanya. Dalam penelitian ini, responden yang menjawab instrumen penelitian ada sebanyak 100 responden.

5.1.1. Deskripsi Umur Responden

Tabel 5.1. Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	18-25 Tahun	95	95%
2	26-35 Tahun	5	5%
3	>35	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data kuesioner diolah,2020

Berdasarkan tabel 5.1 diatas di ketahui bahwa sebagian besar umur responden adalah 16-25 tahun yang berjumlah 95 orang atau 95%.Sedangkan yang paling sedikit adalah responden berumur >35 tahun yang hanya berjumlah 0 orang atau 0%. Ini menunjukkan sebagian besar pelanggan kafe dukun kopi didominasi oleh mahasiswa yang bermur 16-25 tahun.

5.1.2. Deskripsi Pekerjaan responden

Tabel 5.2. Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Mahasiswa	85	85%
2	PNS	1	5%
3.	Pegawai Swasta	8	8%
4.	Lainnya	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data kuesioner diolah,2020

Berdasarkan tabel 5.2 diatas di ketahui bahwa sebagian besar pekerjaan responden adalah mahasiswa yang berjumlah 85 orang atau 85%. Sedangkan yang paling sedikit adalah responden yang memiliki pekerjaan PNS yang hanya berjumlah 1 orang atau 1%. Ini menunjukkan sebagian besar pelanggan kafe dukun kopi di dominasi oleh pelanggan yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa.

5.1.3. Deskripsi Uang saku perbulan responden

Tabel 5.3. Uang Saku perbulan responden

No	Uang Saku Per Bulan	Jumlah	Presentase
1	< Rp 500.000	27	27%
2	Rp 500.001 – Rp 1.000.000	12	12%
3.	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	15	15%
4.	Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	11	11%
5.	>Rp 2000.000	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data kuesioner diolah,2020

Berdasarkan 5.3 tabel diatas di ketahui bahwa sebagian besar uang saku perbulan responden adalah <500.000 yang berjumlah 27 orang atau 27%.Sedangkan yang paling sedikit adalah responden yang memiliki uang saku perbulan >Rp.2000.000 yang hanya berjumlah 7 orang atau 7%. Ini menunjukkan

sebagian besar pelanggan kafe dukun kopi didominasi oleh pelanggan yang memiliki uang saku perbulan <Rp500.000.

5.1.4. Deskripsi jumlah kunjungan responden

Tabel 5.4. Jumlah Kunjungan responden

No	Berapa kali berkunjung ke kafe dukun kopi	Jumlah	Presentase
1	2 kali	40	27%
2	3 kali	15	12%
3.	4 kali	7	15%
4.	>Dari 5 kali	38	11%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data kuesioner diolah,2020

Berdasarkan tabel 5.4 diatas di ketahui bahwa sebagian besar jumlah kunjungan responden adalah sebanyak 2 kali yang berjumlah 40 orang atau 40%. Sedangkan yang paling sedikit adalah jumlah kunjungan sebanyak 4 kali yang hanya berjumlah 7 orang atau 7%. Ini menunjukkan sebagian besar pelanggan kafe dukun kopi didominasi oleh pelanggan yang berkunjung sebanyak 2 kali.

5.2 Deskripsi Sub Variabel Penelitian

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, berikut ini akan ditampilkan hasil olahan data primer yang merupakan deskriptif penelitian berdasarkan

5.2.1 Deskripsi Distribusi Jawaban Responden

Deskripsi hasil jawaban responden diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada 100 orang responden, Deskripsi tersebut terdiri atas 24 item pernyataan, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5.5**Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Percaya Diri (X1)**

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Pemilik kafe mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha	13	6	14	34	33	100	368	100	3,68	Baik
2	Pemilik kafe dukun kopi memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung melayani konsumen	17	3	6	31	43	100	380	100	3,80	Baik
3	Pemilik kafe dukun kopi terbiasa untuk tampil berbicara kepada konsumen	11	3	17	25	44	100	384	100	3,84	Baik
Rata-rata										3,77	Baik

Berdasarkan tabel 5.5 diatas terlihat bahwa variabel Percaya Diri (X1) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,77 di mata pelanggan berada pada kategori baik. Hasil tersebut menggambarkan bahwa di mata pelanggan berada pada kategori baik.

Tabel 5.6**Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2)**

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Kafe dukun kopi memajang simbol prestasi kafe tersebut	13	8	19	22	38	100	364	100	3,64	Baik
2	Pemilik dan pegawai nampak profesional dalam menjalankan tugasnya	14	6	12	28	40	100	374	100	3,74	Baik
3	Ada kalanya pemilik maupun pegawai kafe mengajak ngobrol konsumen ketika mereka senggang	13	8	16	24	39	100	368	100	3,68	Baik
Rata-rata										3,69	Baik

Berdasarkan tabel 5.6 diatas terlihat bahwa variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,69. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik kafe dukun kopi memiliki orientasi pada tugas dan hasil yang baik.

Tabel 5.7**Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keberanian Mengambil Resiko (X3)**

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Kafe dukun kopi selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk	13	8	16	22	41	100	370	100	3,70	Baik
2	Pemilik kafe dukun kopi menerima pre order untuk kopi dari luar kota jambi yang di pesan oleh konsumennya	10	10	23	28	29	100	351	100	3,51	Baik
3	Pemilik kafe dukun kopi selalu terlihat memperhitungkan resiko ketika mengambil keputusan dengan cara meminta argumen para konsumennya	8	14	23	25	30	100	355	100	3,55	Baik
		Rata-rata								3,59	Baik

Berdasarkan tabel 5.7 diatas terlihat bahwa variabel Keberanian Mengambil Resiko (X3) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,59. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik kafe dukun kopi memiliki Keberanian yang baik dalam mengambil resiko.

Tabel 5.8**Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepemimpinan (X4)**

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Pemilik kafe selalu terjun langsung untuk melayani konsumen	14	5	17	18	46	100	377	100	3,77	Baik
2	Pemilik kafe mampu beradaptasi terhadap keinginan dan sikap konsumen	12	10	16	22	40	100	368	100	3,68	Baik
3	Pemilik kafe selalu menerima kritik saran dari konsumen	13	6	16	22	43	100	376	100	3,76	Baik
Rata-rata										3,74	Baik

Berdasarkan tabel 5.8 diatas terlihat bahwa variabel Kepemimpinan (X4) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,74. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik kafe dukun kopi memiliki jiwa kepemimpinan yang baik.

Tabel 5.9**Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5)**

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Kafe dukun kopi memajang visi dan misi kafe tersebut dalam ruangan yang jelas terlihat oleh konsumen	14	8	24	25	29	100	347	100	3,47	Baik
2	Pemilik kafe dukun kopi memiliki pandangan jangka panjang yang terlihat dari cara bicara dan topik pembicaraan pemilik kafe tersebut terhadap konsumennya	14	9	21	25	31	100	350	100	3,50	Baik
3	Kafe dukun kopi selalu memiliki gagasan baru pada tata ruangan	8	9	20	26	37	100	375	100	3,75	Baik
Rata-rata										3,57	Baik

Berdasarkan tabel 5.9 diatas terlihat bahwa variabel Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,57. Hasil tersebut

menggambarkan bahwa kafe dukun kopi memiliki orientasi terhadap masa depan yang baik.

Tabel 5.10
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kreativitas Dan Inovasi (X6)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Kafe dukun kopi memiliki beberapa menu yang tidak dimiliki kafe lain	11	8	20	27	34	100	365	100	3,65	Baik
2	Tata ruangan kafe dukun kopi fleksibel beda dengan kafe lainnya	9	9	23	27	32	100	364	100	3,64	Baik
3	Menu menu inovatif yang ditawarkan kafe dukun kopi menarik perhatian anda	11	8	15	31	34	100	370	100	3,70	Baik
Rata-rata										3,66	Baik

Berdasarkan tabel 5.10 diatas terlihat bahwa variabel Kreatif dan inovasi (X6) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,66. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik kafe dukun kopi memiliki jiwa kreativitas dan inovasi yang baik.

Tabel 5.11
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas (Y)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Saya sering berkunjung ke kafe dukun kopi	7	15	26	27	25	100	348	100	3,48	Baik
2	Jika dukun kopi membuat produk selain minuman, saya akan membelinya	10	10	21	27	32	100	361	100	3,61	Baik
3	Saya bersedia merekomendasikan kafe dukun kopi kepada teman teman saya secara gratis	11	9	19	23	38	100	368	100	3,68	Baik
4	Saya lebih tertarik produk dukun kopi ketimbang produk kafe lainnya	11	10	26	25	28	100	349	100	3,49	Baik
5	Saya selalu berkeinginan untuk berkunjung kembali ke dukun kopi kedepannya	8	15	15	30	32	100	363	100	3,63	Baik
6	Menu kafe dukun kopi sesuai dengan apa yg saya inginkan	12	8	18	29	33	100	363	100	3,63	Baik
Rata-rata										3,59	Baik

Berdasarkan tabel 5.11 diatas terlihat bahwa variabel Y dengan rata-rata nilai sebesar 3,59. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen kafe dukun kopi memiliki loyalitas yang tinggi terhadap kafe dukun kopi.

5.2. Instrumen Uji Penelitian

5.2.1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang digunakan dalam mengukur tingkat keabsahan suatu instrumen penelitian. Pada penelitian ini responden yang dilibatkan sebanyak N = 100 Responden dan keseluruhan variable memuat 24 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Sebuah instrumen juga dikatakan valid jika $p\text{-value} < \alpha (0,05)$. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas ditunjukkan pada tabel 5.12 berikut.

1. Percaya Diri (X1)

Tabel 5.12.

Hasil Uji Validitas Percaya Diri (X1)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Pemilik kafe mencerminkan orang berjiwa wirausaha	0,000	0,05	Valid
2.	Pemilik kafe memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung melayani konsumen	0,000	0,05	Valid
3.	Pemilik kafe terbiasa untuk tampil berbicara kepada konsumen	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.12 diatas hasil uji validitas untuk variabel faktor Percaya Diri (X1) yang dibagi menjadi tiga pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < a (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

2. Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2)

Tabel 5.13.

Hasil Uji Validitas Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Kafe dukun kopi memajang simbol prestasi kafe tersebut	0,000	0,05	Valid
2.	Pemilik dan pegawai nampak profesional dalam menjalankan tugasnya	0,000	0,05	Valid
3.	Ada kalanya pemilik maupun pegawai kafe mengajak ngobrol konsumen ketika mereka senggang	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.13 diatas hasil uji validitas untuk variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil yang dibagi menjadi tiga pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < a (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

3. Keberanian Mengambil Resiko (X3)

Tabel 5.14

Hasil Uji Validitas Keberanian Mengambil Resiko (X3)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Kafe dukun kopi selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk	0,000	0,05	Valid
2.	Pemilik kafe dukun kopi menerima pre order untuk kopi dari luar kota jambi yang di pesan oleh konsumennya	0,000	0,05	Valid
3.	Pemilik kafe dukun kopi selalu terlihat memperhitungkan resiko ketika mengambil keputusan dengan cara meminta argumen para konsumennya	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.14 diatas hasil uji validitas untuk variabel Keberanian Mengambil Resiko (X3) yang dibagi menjadi tiga pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < \alpha$ (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

4. Kepemimpinan (X4)

Tabel 5.15.

Hasil Uji Validitas Kepemimpinan (X4)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Pemilik kafe selalu terjun langsung untuk melayani konsumen	0,000	0,05	Valid
2.	Pemilik kafe mampu beradaptasi terhadap keinginan dan sikap konsumen	0,000	0,05	Valid
3.	Pemilik kafe selalu menerima keritik saran dari konsumen	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.15 diatas hasil uji validitas untuk variabel Kepemimpinan (X4) yang dibagi menjadi tiga pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < a (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut

5. Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5)

Tabel 5.16.

Hasil Uji Validitas Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Kafe dukun kopi memajang visi dan misi kafe tersebut dalam ruangan yang jelas terlihat oleh konsumen	0,000	0,05	Valid
2.	Pemilik kafe dukun kopi memiliki pandangan jangka panjang yang terlihat dari cara bicara dan topik pembicaraan pemilik kafe tersebut terhadap konsumen nya	0,000	0,05	Valid
3.	Kafe dukun kopi selalu memiliki gagasan baru pada tata ruangan	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.16 diatas hasil uji validitas untuk variabel faktor Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5) yang dibagi menjadi tiga pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < a (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut

6. Kreativitas Dan Inovasi (X6)

Tabel 5.17
Hasil Uji Validitas Kreativitas Dan Inovasi (X6)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Kafe dukun kopi memiliki beberapa menu yang tidak di miliki kafe lain	0,000	0,05	Valid
2.	Tata ruangan kafe dukun kopi fleksibel beda dengan kafe lainnya	0,000	0,05	Valid
3.	Menu menu inovatif yang di tawarkan kafe dukun kopi menarik perhatian anda	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.17 diatas hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas Dan Inovasi (X6) yang dibagi menjadi tiga pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < \alpha$ (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

7. Loyalitas Konsumen (Y)

Tabel 5.18.
Hasil Uji Validitas (Y)

No.	Pertanyaan	Sig	α (5%)	Kesimpulan
1.	Saya sering berkunjung ke kafe dukun kopi	0,000	0,05	Valid
2.	Jika dukun kopi membuat produk selain minuman, saya akan membelinya	0,000	0,05	Valid
3.	Saya bersedia merekomendasikan kafe dukun kopi kepada teman teman saya secara gratis	0,000	0,05	Valid
4.	Saya lebih tertarik produk dukun kopi ketimbang produk kafe lain nya	0,000	0,05	Valid
5.	Saya selalu berkeinginan untuk berkunjung kembali ke dukun kopi kedepan nya	0,000	0,05	Valid
6.	Menu kafe dukun kopi sesuai dengan apa yg saya inginkan	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari tabel 5.18 diatas hasil uji validitas untuk variabel Kreativitas Dan Inovasi (X6) yang dibagi menjadi enam pertanyaan sudah valid. Hal ini karena pernyataan-pernyataan tersebut memiliki $p\text{-value} < a (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diajukan sudah valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

5.2.2. Uji Realibility

Imam (2005) mengatakan bahwa suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai *cronbanch's alpha* (α) $>0,60$. Adapun hasil uji reabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

1. Percaya Diri (X1)

Tabel 5.19.

Hasil Uji Realibility (Percaya Diri)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Pemilik kafe mencerminkan orang berjiwa wirausaha	0,952	Reliabel
2.	Pemilik kafe memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung melayani konsumen	0,939	Reliabel
3.	Pemilik kafe terbiasa untuk tampil berbicara kepada konsumen	0,953	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan table 5.19 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

2. Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2)

Tabel 5.20.

Hasil Uji Realibility (Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Kafe dukun kopi memajang simbol prestasi kafe tersebut	0,914	Reliabel
2.	Pemilik dan pegawai nampak profesional dalam menjalankan tugasnya	0,898	Reliabel
3.	Ada kalanya pemilik maupun pegawai kafe mengajak ngobrol konsumen ketika mereka senggang	0,918	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan tabel 5.20 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

3. Keberanian Mengambil Resiko (X3)

Tabel 5.21.

Hasil Uji Realibility Keberanian Mengambil Resiko (X3)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Kafe dukun kopi selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk	0,887	Reliabel
2.	Pemilik kafe dukun kopi menerima pre order untuk kopi dari luar kota jambi yang di pesan oleh konsumennya	0,911	Reliabel
3.	Pemilik kafe dukun kopi selalu terlihat memperhitungkan resiko ketika mengambil keputusan dengan cara meminta argumen para konsumennya	0,876	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan table 5.21 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

4. Kepemimpinan (X4)

Tabel 5.22.

Hasil Uji Realibility Kepemimpinan (X4)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Pemilik kafe selalu terjun langsung untuk melayani konsumen	0,966	Reliabel
2.	Pemilik kafe mampu beradaptasi terhadap keinginan dan sikap konsumen	0,965	Reliabel
3.	Pemilik kafe selalu menerima keritik saran dari konsumen	0,966	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan table 5.22 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

5. Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5)

Tabel 5.23.

Hasil Uji Realibility Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Kafe dukun kopi memajang visi dan misi kafe tersebut dalam ruangan yang jelas terlihat oleh konsumen	0,894	Reliabel
2.	Pemilik kafe dukun kopi memiliki pandangan jangka panjang yang terlihat dari cara bicara dan topik pembicaraan pemilik kafe tersebut terhadap konsumennya	0,804	Reliabel
3.	Kafe dukun kopi selalu memiliki gagasan baru pada tata ruangan	0,901	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan table 5.23 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

6. Kreativitas Dan Inovasi (X6)

Tabel 5.24.

Hasil Uji Realibility Kreativitas Dan Inovasi (X6)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Kafe dukun kopi memiliki beberapa menu yang tidak di miliki kafe lain	0,908	Reliabel
2.	Tata ruangan kafe dukun kopi fleksibel beda dengan kafe lainnya	0,920	Reliabel
3.	Menu menu inovatif yang di tawarkan kafe dukun kopi menarik perhatian anda	0,948	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan table 5.24 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

7. Loyalitas Konsumen (Y)

Tabel 5.25.
Hasil Uji Realibility(Y)

No.	Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Saya sering berkunjung ke kafe dukun kopi	0,965	Reliabel
2.	Jika dukun kopi membuat produk selain minuman, saya akan membelinya	0,949	Reliabel
3.	Saya bersedia merekomendasikan kafe dukun kopi kepada teman teman saya secara gratis	0,950	Reliabel
4.	Saya lebih tertarik produk dukun kopi ketimbang produk kafe lain nya	0,949	Reliabel
5.	Saya selalu berkeinginan untuk berkunjung kembali ke dukun kopi kedepan nya	0,951	Reliabel
6.	Menu kafe dukun kopi sesuai dengan apa yg saya inginkan	0,954	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Berdasarkan table 5.25 diatas pengujian pada tabel uji realibility, diketahui bahwa semua variable mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data selanjutnya.

5.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh positif dan signifikan antar variabel. Perhitungan statistic dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program *SPSS for windows* versi 24.0. Hasil pengolahan data dapat dilihat mealui tabel berikut:

Tabel 5.26.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,164	,111		1,480	,142
	X1	-,154	,089	-,173	-1,729	,087
	X2	,237	,098	,263	2,430	,017
	X3	,336	,073	,349	4,628	,000
	X4	,001	,101	,002	,013	,990
	X5	-,088	,089	-,091	-,995	,322
	X6	,610	,082	,635	7,428	,000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan keterangan diatas pada tabel 5.26 maka diperoleh persamaan regresi berikut :

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

$$Y = 0,164 - 0,154X_1 + 0,237X_2 + 0,336X_3 + 0,001X_4 - 0,088X_5 + 0,610X_6 + e$$

1. Konstanta sebesar 0,164 ini berarti jika semua variable independen dianggap sama dengan nol maka secara konstan nilai Y sebesar -0,164.
2. Koefisien regresi variabel Percaya Diri (X1) sebesar -0.154 dan bertanda negatif terhadap Y, artinya setiap terjadi peningkatan variable Percaya Diri (X1) sebesar satu satuan maka Y akan menurun sebesar 0.154.
3. Koefisien regresi variable Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil (X2) sebesar 0.237 dan bertanda positif terhadap Y, artinya setiap terjadi peningkatan variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil sebesar satu satuan maka Y akan meningkat sebesar 0.237.
4. Koefisien regresi variable Keberanian Mengambil Resiko (X3) sebesar 0.336 dan bertanda positif terhadap Y, artinya setiap terjadi peningkatan variabel Keberanian Mengambil Resiko (X3) sebesar satu satuan maka Y akan meningkat sebesar 0.336.
5. Koefisien regresi variable Kepemimpinan (X4) sebesar 0.001 dan bertanda positif terhadap Y, artinya setiap terjadi peningkatan variabel Kepemimpinan (X4) sebesar satu satuan maka Y akan meningkat sebesar 0.001.
6. Koefisien regresi variable Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5) sebesar -0.088 dan bertanda negatif terhadap Y, artinya setiap terjadi peningkatan variabel Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5) sebesar satu satuan maka Y akan menurun sebesar 0.088.

7. Koefisien regresi variable Kreativitas Dan Inovasi (X6) sebesar 0.610 dan bertanda positif terhadap Y, artinya setiap terjadi peningkatan variabel Kreativitas Dan Inovasi (X6) sebesar satu satuan maka Y akan meningkat sebesar 0.610

5.5. Uji Hipotesis

5.5.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variable dependen atau terikat (Imam,2005). Uji dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variable independen terhadap variable dependen secara simultan/bersama-sama. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan *p-value* dengan *alphacronbach* (α). Adapun cara mengambil keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis pengaruh secara parsial adalah sebagai berikut.

- a) Jika *p-value* $< \alpha$ (0,05), maka H_a diterima, artinya keempat variabel bebas secara terpisah (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Jika *p-value* $> \alpha$ (0,05), maka H_a ditolak, artinya keempat variabel bebas secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.27

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,564	6	21,594	189,096	,000 ^b
	Residual	10,620	93	,114		
	Total	140,184	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), X1,X2, X3X4,X5 dan X6

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS. 24.0, 2020

Dari tabel 5.27 diatas dapat dilihat bahwa *p-value* (0,000) $< \alpha$ (0,05). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap variable dependen

5.5.2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable bebas secara parsial terhadap variable terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan *p-value* dengan *alphacronbach* (α). Adapun cara mengambil keputusan untuk penerimaan atau penolakan hipotesis pengaruh secara parsial adalah sebagai berikut:

- a) Jika *p-value* $< \alpha$ (0,05), maka H_a diterima, artinya kedua variabel bebas secara terpisah (parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

- b) Jika $p\text{-value} > \alpha$ (0,05), maka H_a ditolak, artinya kedua variabel bebas secara terpisah (parsial) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.18 berikut :

Tabel 5.28 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,164	,111		1,480	,142
	X1	-,154	,089	-,173	-1,729	,087
	X2	,237	,098	,263	2,430	,017
	X3	,336	,073	,349	4,628	,000
	X4	,001	,101	,002	,013	,990
	X5	-,088	,089	-,091	-,995	,322
	X6	,610	,082	,635	7,428	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Uji t ini digunakan untuk menjawab hipotesis pertama dan kedua (H_0 dan H_a). Pengujian dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan dengan derajat kesalahan 5% (0.05). Apabila tingkat signifikan $t_{\text{value}} < 0.05$ maka variable independen memberikan pengaruh positif terhadap variable dependen.

Berikut merupakan hasil uji t yang telah dilakukan :

1. Percaya Diri (X1)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.087 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5%

atau 0.05 variabel signifikan karena lebih kecil dari nilai kesalahan .Artinya H_0 ditolak berarti variabel Percaya Diri (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Y.

2. Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil.(X2)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.017 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih kecil dari nilai kesalahan .Artinya H_0 ditolak berarti variabel Berorientasi Pada Tugas Dan Hasil berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Y.

3. Keberanian Mengambil Resiko (X3)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.000 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih kecil dari nilai kesalahan.Artinya H_0 ditolak berarti variabel Keberanian Mengambil Resiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Y .

4. Kepemimpinan (X4).

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.99 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih besar dari nilai kesalahan .Artinya H_a ditolak berarti variabel Kepemimpinan (X4) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Y .

5. Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5).

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.322 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih besar dari nilai kesalahan .Artinya H_a ditolak berarti variabel Berorientasi Terhadap Masa Depan (X5) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Y .

6. Kreativitas Dan Inovasi (X6).

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.000 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih kecil dari nilai kesalahan .Artinya H_0 ditolak berarti variabel Kreativitas Dan Inovasi (X6) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Y .

5.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable dependen. Hasil analisis koefisien determinasi pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel berikut

Tabel 5.29. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,961 ^a	,924	,919	,33793

a. Predictors: (Constant), Kreativitas dan Inovasi X6, x3, X5, X2, X4

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan *IBM SPSS 24* pada pengolahan data diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) 0,924 atau 92,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variable dependen sebesar 92,4% sedangkan sisanya sebesar 7,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

5.7. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi. Dalam penelitian ini terdapat 2 rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian yang telah dilakukan. Berikut ini uraian penjelasan untuk berbagai hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya.

5.7.1. Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi

Karakteristik kewirausahaan merupakan variabel bebas yang diteliti dan diuji. Hasil ini sesuai dengan penelitian Heri Jumaedi (2012) yang menyatakan beberapa beberapa karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha yang secara tak langsung mengarah pada loyalitas konsumen.

Ada beberapa konsumen yang sering datang ke kafe dukun kopi dan saya tanyakan kepada mereka alasan sering ke dukun kopi, sebagian besar menjawab karena pemilik kafe yang terjun langsung melayani konsumen, namun ada juga yang menjawab karena tempat di dukun kopi yang nyaman.

Kemudian juga dapat dilihat bahwa responden rata-rata menyatakan sangat setuju bahwa usaha maupun pemilik kafe dukun kopi ini memiliki pengaruh yang tinggi. Karena menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variable dependen sebesar 92,4% sehingga dapat menimbulkan sikap loyalitas para konsumen terhadap kafe dukun kopi.

5.7.2. Variabel karakteristik wirausaha yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi

Dapat dilihat variabel karakteristik wirausahasiswa hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan tingkat signifikansi dan besarnya pengaruh karakteristik wirausaha secara parsial terhadap loyalitas konsumen adalah percaya diri, Hasil ini sesuai dengan penelitian Heri Jumaedi (2012) yang hasil analisa menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha (Percaya Diri, Pengambil Resiko dan Kepemimpinan) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lia (2015) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan.

Karakteristik yang paling dominan di atas juga di pengaruhi oleh beberapa faktor seperti :

1. Pemilik kafe yang terjun langsung melayani konsumennya.
2. Ramahnya sikap pemilik dan juga pelayannya.
3. Kemudian penampilan percaya diri dengan gaya berpakaian dan cara melayani konsumen dengan gaya tersendiri yang tidak di miliki kafe - kafe lainnya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan analisa, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh karakteristik wirausaha terhadap loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi di Kota Jambi. Berikut ini penulis akan memberikan kesimpulan tentang loyalitas konsumen kafe dukun kopi di Kota Jambi.

1. Secara simultan, Karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen kafe dukun kopi
2. Variabel karakteristik wirausaha yang berpengaruh paling dominan terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi adalah percaya diri, Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variable ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.087 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 10% atau 0.1 variabel signifikan karena lebih kecil dari nilai kesalahan dan juga lebih banyak mendapat respon positif dari para responden.
3. Penelitian yang saya lakukan tidak dapat di maksimalkan karena terkendala dengan masa pandemic covid-19 sehingga hasil penelitian tidak dapat merepresentasikan keadaan sesungguhnya pada tahun sebelumnya, di mana bisa jadi saja hasil penelitian ini berkaitan dengan kondisi sebelum adanya pandemi.

6.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran atau masukan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk Kafe dukun kopi diharapkan lebih memperhatikan keberanian mengambil resiko dikarenakan memiliki pengaruh yang negatif, karena itu bisa membuat usaha kurang berkembang karena kurang berani dalam mengambil resiko untuk mengembangkan usaha, hal ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan penjualan. Selanjutnya kepemimpinan lebih diperhatikan karena pada dasarnya setiap pengusaha itu harus mempunyai jiwa kepemimpinan untuk menciptakan sebuah usaha yang kuat, itu sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pengusahatersebut.
2. Karena adanya keterbatasan dan kekurangan pada penelitian ini, maka diharapkan bagi para peneliti selanjutnya untuk dapat menambah dan memperluas variabel – variabel penelitian serta dapat melakukan penelitian pada subyek yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurochman, Muhamad Azmi; Ratih Tresnati, dan Dede R. Oktini. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Green Cake dan Coffee Bandung). *Prosiding Penelitian SPeSIA 2015*. 379-385.
- Ahmad, Sudrajat. (2011). Konsep Kewirausahaan dan Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah. Wordpress (diunduh pada tanggal 1 oktober dari <http://akhmad.sudrajat>)
- Akbar, Faisal Khoirul. (2013). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha (Survei pada Pengusaha di Industri Genteng Jatiwangi Kecamatan Jatiwangi Kabupaten Majalengka). Skripsi, Bandung: Program Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia
- Alamsyah. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Rumah Sakit Syarif Hidayatullah). *Skripsi*. Jakarta: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Alfianto, Eko Agus. (2012). Kewirausahaan: Sebuah Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Heritage Volume 1 Nomor 2*.
- Alma, B. (2004). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chang, Jane & Alison Rieple . (2013). Assessing Students Enterprenurial Skills Development in Live Project. *Journal of Small Bussiness and Enterprise development*. Vol. 20. No. 1
- Faisal. (2002). *Kalau Begitu, Saya Berani Berwirausaha*. Jakarta: Bina Rena Pariwisata.
- Ghozali, Imam. (2009). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goodwin dkk. 1999 dan Nugroho 2005 definisi loyalitas pelanggan dalam artikel <http://eprints.uny.ac.id/9449/3/BAB%20%20-%2008601244039.pdf>
- Griffin, Jill. (2007). Fajar dan Hasibuan

- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Principles of Marketing (Global Edition, ed. 15)*. England : Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.
- Kurniawan, A.S. (2011) .Jurnal penelitian “Pengaruh *Trust In A Brand Terhadap Loyalitas Pelanggan*” (Studi pada Starbuck Coffee di Semarang) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/29536/1/Skripsi012.pdf>
- Meredith, G. G. (2000). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Pustaka Binaman Pressindo.
- Peggy A. Lambing & Charles R. Kuehl dalam buku *Entrepreneurship*, 1999
Peggy A. Lambing & Charles R. Kuehl dalam buku *Entrepreneurship*, 1999.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rahmadanita, Lia (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausaha Mikro di Kelurahan Madras Hulu Medan Polonia.
- Santoso, S., & Oetomo, B. S. D. (2018). Influence of Motivation and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention to Run a Business. *Expert Journal of Marketing*, 6(1), 14–21.
- Sanusi, Ahmad. (1994). Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Mengantar Pewirausaha Muda, Makalah Seminar. Kopma IKIP.
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif, dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.
- Simamora, Bilson. (2002), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya. Pustaka Utama
- Suryana, (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta.

- Suryana, (2008). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Keatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto. (2012). *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran (Edisi III)*. Jogjakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM).
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *SAGE Journals*, 31(3), 387–406.
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yuyus, S., & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat.
- Zimmerer, Thomas W dan Scarborough, Norman M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Terima kasih atas kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi untuk mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul “*Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Loyalitas konsumen pada kafe dukun kopi*” Kuesioner ini ditujukan untuk konsumen yang telah berbelanja di kafe dukun kopi.

Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Hormat Saya,

Bayu Mu'alim

IDENTITAS RESPONDEN

4. Usia :
 - a. 18 - 25 tahun
 - b. 26 – 35 tahun
 - c. > 35 tahun
2. Pekerjaan :
 - a. Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Lainnya
3. Uang saku per bulan :
 - a.< Rp.500.000
 - b.Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000
 - c.Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000
 - d.Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000
 - e.> Rp. 2.000.000
4. Berapa kali anda berkunjung ke kafe dukun kopi :
 - a. 2 kali
 - b. 3 kali
 - c. 4 kali
 - d. > dari 6 kali

PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini terdapat sejumlah pernyataan. Baca dan pahami setiap pernyataan dengan seksama, kemudia berikan respon saudara dengan cara memberikan tanda silang (X) atau contreng (√) pada kolom yang telah tersedia dengan satu pilihan jawaban.

keterangan		nilai
a.Sangat Tidak Setuju	(STS)	1
b.Tidak Setuju	(TS)	2
c.Kurang Setuju	(KS)	3
d.Setuju	(S)	4
e.Sangat Setuju	(SS)	5

Variabel X

1. Percaya diri

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	pemilik kafe mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha					
2	Pemilik kafe memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung melayani konsumen					
3	Pemilik kafe terbiasa untuk tampil berbicara kepada konsumen					

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kafe dukun kopi memajang simbol prestasi kafe tersebut					
2	Pemilik dan pegawai nampak profesional dalam menjalankan tugasnya					
3	Ada kalanya pemilik maupun pegawai kafe mengajak ngobrol konsumen ketika mereka senggang					

3. Keberanian mengambil resiko

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kafe dukun kopi selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk					
2	Pemilik kafe dukun kopi menerima pre order untuk kopi dari luar kota jambi yang di pesan oleh konsumennya					
3	Pemilik kafe dukun kopi selalu terlihat memperhitungkan resiko ketika mengambil keputusan dengan cara meminta argumen para konsumennya					

4. Kepemimpinan

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Pemilik kafe selalu terjun langsung untuk melayani konsumen					
2	Pemilik kafe mampu beradaptasi terhadap keinginan dan sikap konsumen					
3	Pemilik kafe selalu menerima kritik saran dari konsumen					

5. Berorientasi terhadap masa depan

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kafe dukun kopi memajang visi dan misi kafe tersebut dalam ruangan yang jelas terlihat oleh konsumen					
2	Pemilik kafe dukun kopi memiliki pandangan jangka panjang yang terlihat dari cara bicara dan topik pembicaraan pemilik kafe tersebut terhadap konsumennya					
3	Kafe dukun kopi selalu memiliki gagasan baru pada tata ruangan					

6. Kreativitas dan inovasi

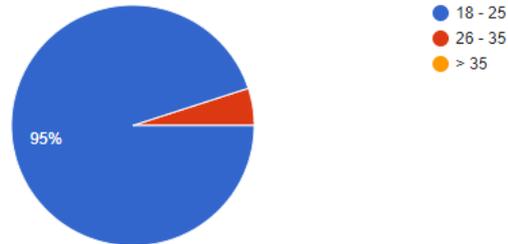
	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kafe dukun kopi memiliki beberapa menu yang tidak dimiliki kafe lain					
2	Tata ruangan kafe dukun kopi fleksibel berbeda dengan kafe lainnya					
3	Menu menu inovatif yang ditawarkan kafe dukun kopi menarik perhatian anda					

Variabel Y

	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya sering berkunjung ke kafe dukun kopi					
2	Jika dukun kopi membuat produk selain minuman, saya langsung membelinya					
3	Saya bersedia merekomendasikan kafe dukun kopi kepada teman teman saya secara gratis					
4	Saya tertarik produk dukun kopi ketimbang produk kafe lain nya					
5	Saya selalu berkeinginan untuk berkunjung kembali ke dukun kopi kedepan nya					
6	Menu kafe dukun kopi sesuai dengan apa yg saya inginkan					

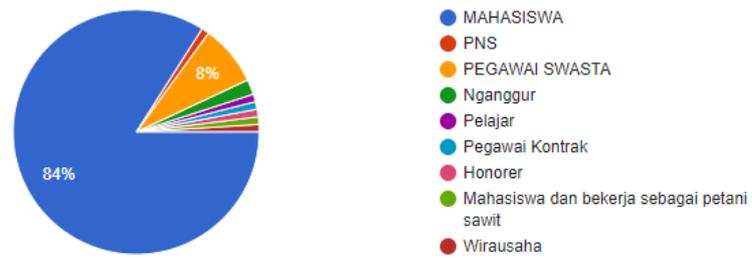
Usia

100 tanggapan



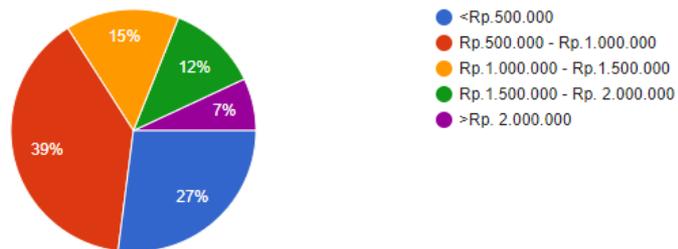
Pekerjaan

100 tanggapan



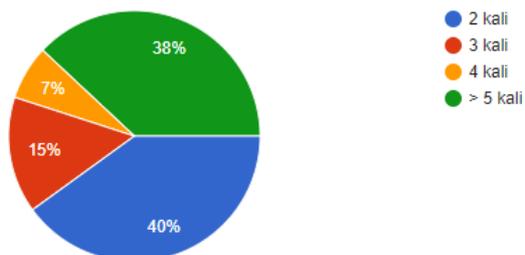
Uang saku per bulan

100 tanggapan



Berapa kali anda berkunjung ke kafe dukun kopi?

100 tanggapan

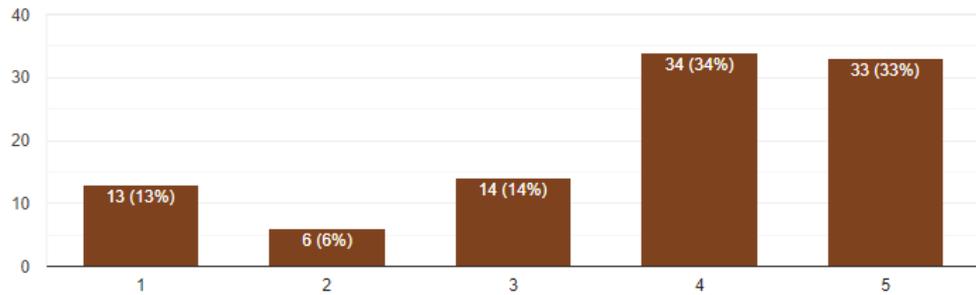


VARIABEL X

1. Percaya diri (X.1)

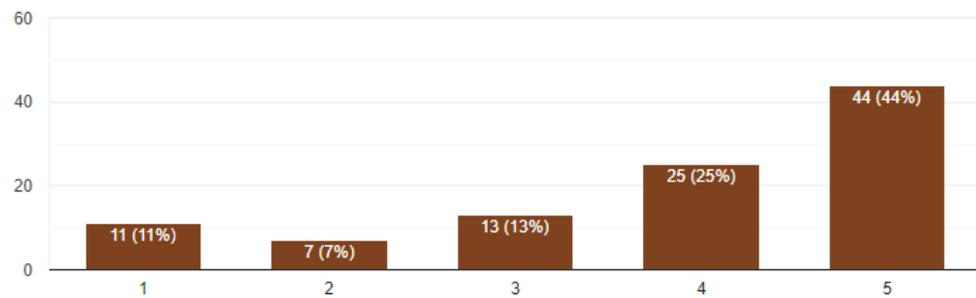
Pemilik kafe mencerminkan orang berjiwa wirausaha?

100 tanggapan



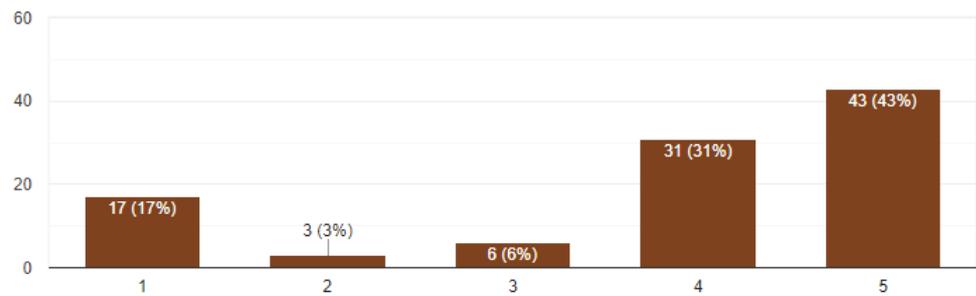
Pemilik kafe terbiasa untuk tampil berbicara kepada konsumen?

100 tanggapan



Pemilik kafe memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung melayani konsumen?

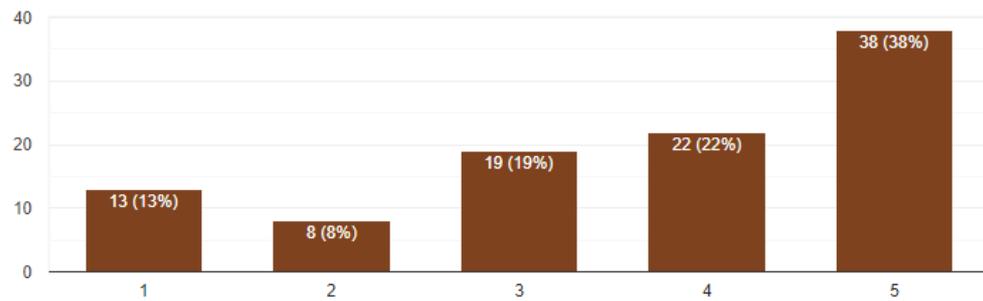
100 tanggapan



2. Berorientasi pada tugas dan hasil (X.2)

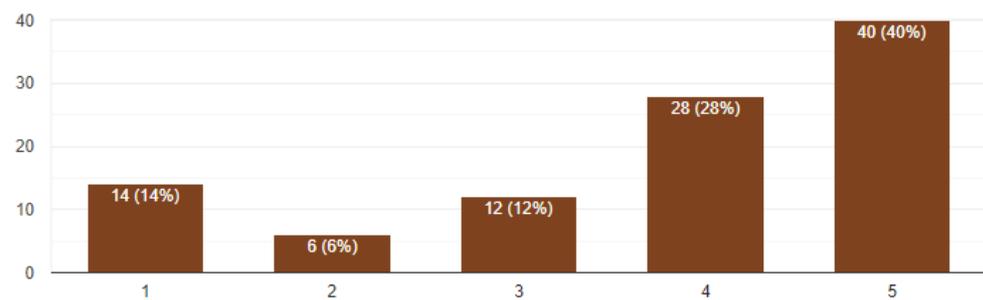
Kafe dukun kopi memajang simbol prestasi kafe tersebut?

100 tanggapan



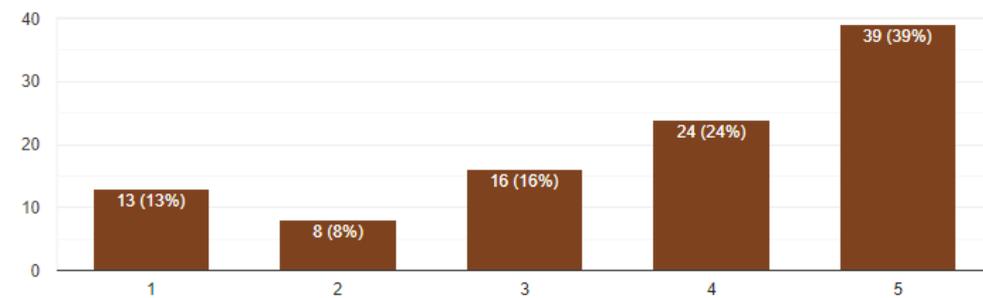
Pemilik dan pegawai nampak profesional dalam menjalankan tugasnya?

100 tanggapan



Ada kalanya pemilik maupun pegawai kafe mengajak ngobrol konsumen ketika mereka senggang?

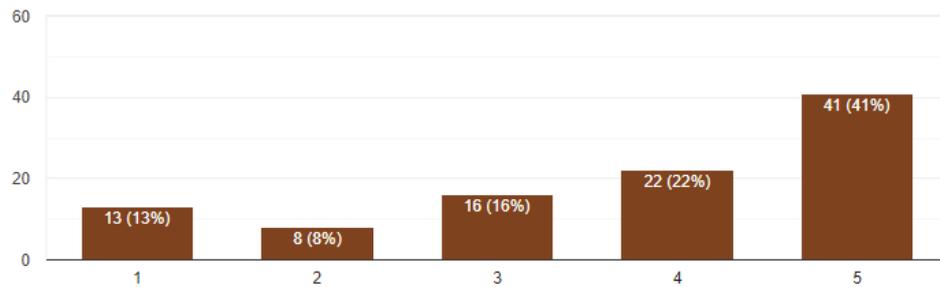
100 tanggapan



3. Keberanian mengambil resiko (X.3)

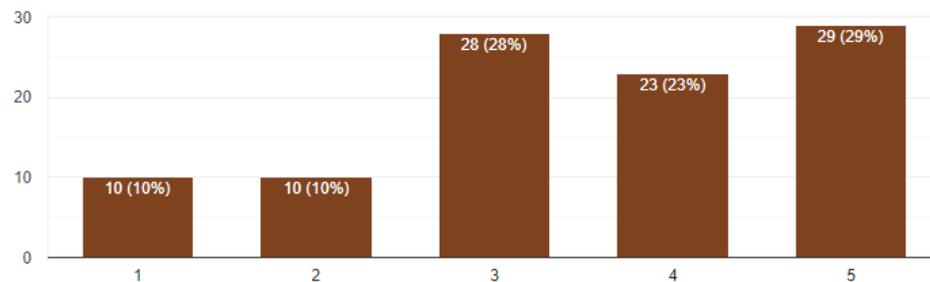
Kafe dukun kopi selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk?

100 tanggapan



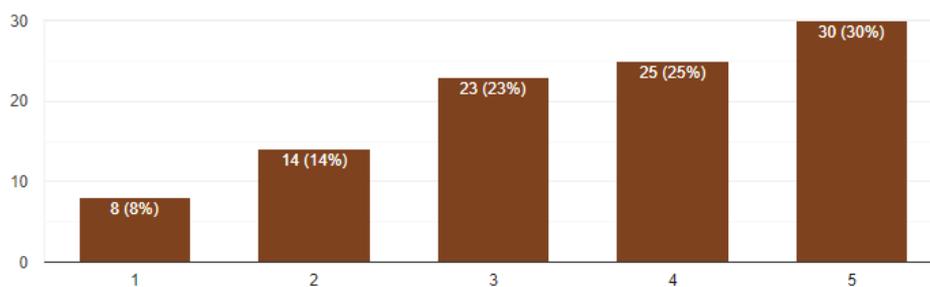
Pemilik kafe dukun kopi menerima pre order untuk kopi dari luar kota jambi yang di pesan oleh konsumennya?

100 tanggapan



Pemilik kafe dukun kopi selalu terlihat memperhitungkan resiko ketika mengambil keputusan dengan cara meminta argumen para konsumennya?

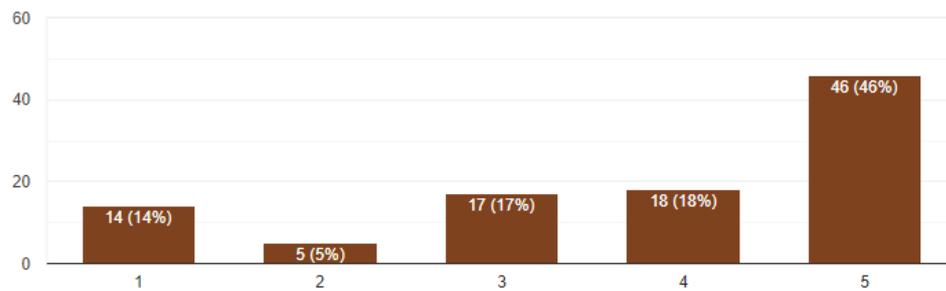
100 tanggapan



4. Kepemimpinan (X.4)

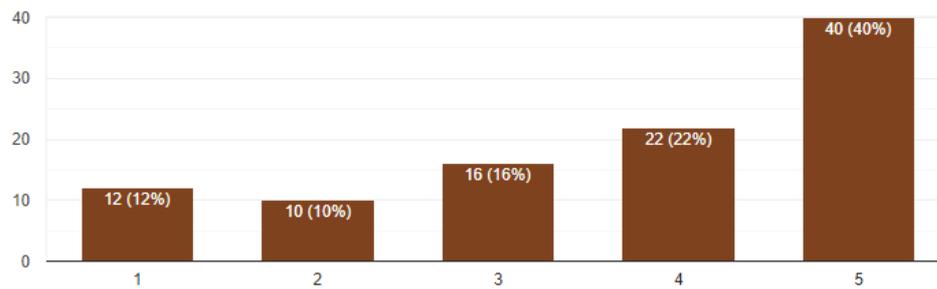
Pemilik kafe selalu terjun langsung untuk melayani konsumen?

100 tanggapan



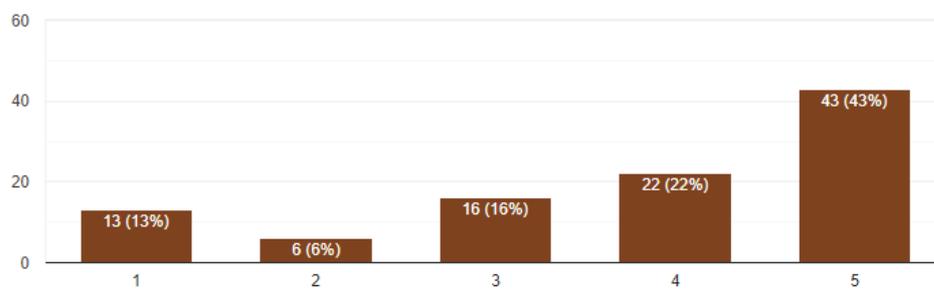
Pemilik kafe mampu beradaptasi terhadap keinginan dan sikap konsumen?

100 tanggapan



Pemilik kafe selalu menerima kritik saran dari konsumen?

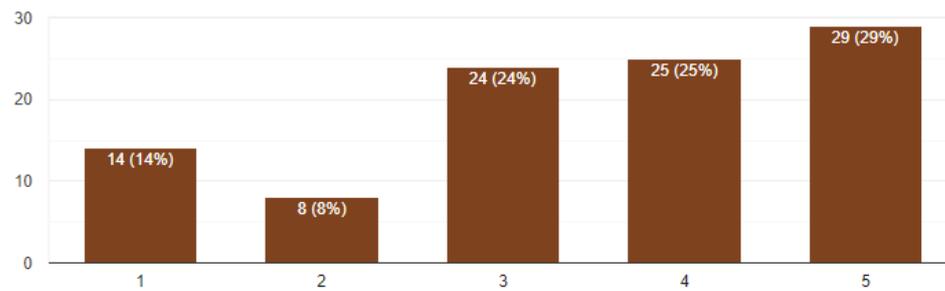
100 tanggapan



5. Berorientasi terhadap masa depan (X.5)

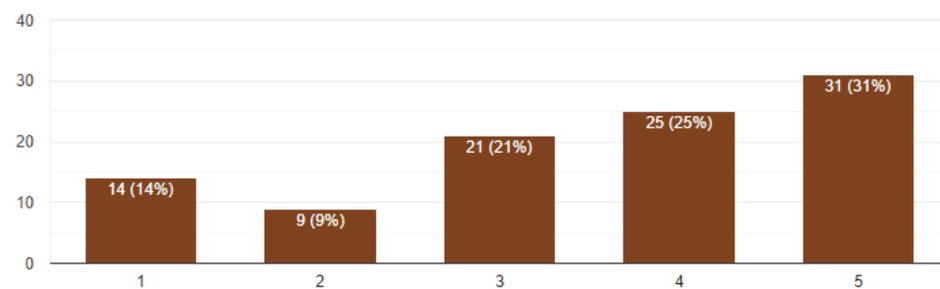
Kafe dukun kopi memajang visi dan misi kafe tersebut dalam ruangan yang jelas terlihat oleh konsumen?

100 tanggapan



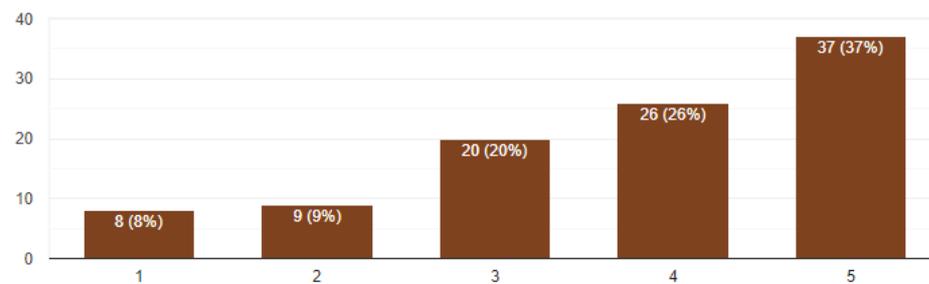
Pemilik kafe dukun kopi memiliki pandangan jangka panjang yang terlihat dari cara bicara dan topik pembicaraan pemilik kafe tersebut terhadap konsumennya?

100 tanggapan



Kafe dukun kopi selalu memiliki gagasan baru pada tata ruangan?

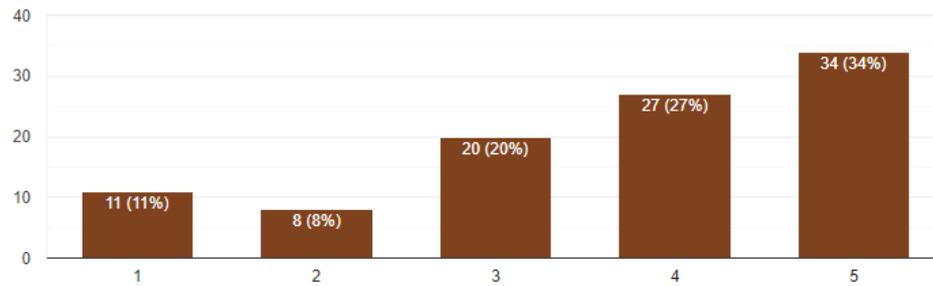
100 tanggapan



6. Kreativitas dan inovasi (X.6)

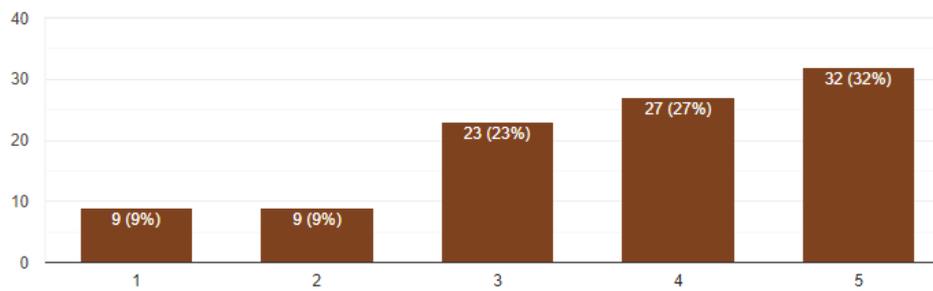
Kafe dukun kopi memiliki beberapa menu yang tidak di miliki kafe lain?

100 tanggapan



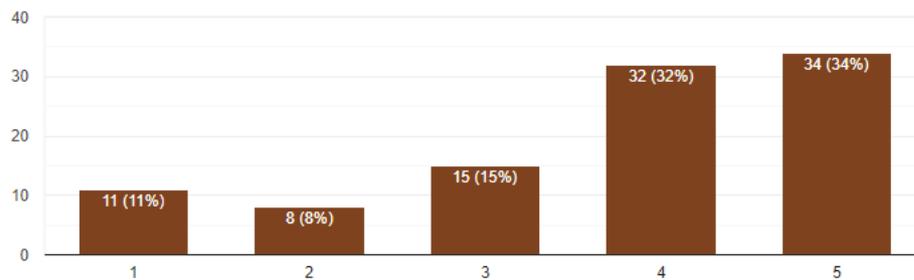
Tata ruangan kafe dukun kopi fleksibel beda dengan kafe lainnya?

100 tanggapan



Menu menu inovatif yang di tawarkan kafe dukun kopi menarik perhatian anda?

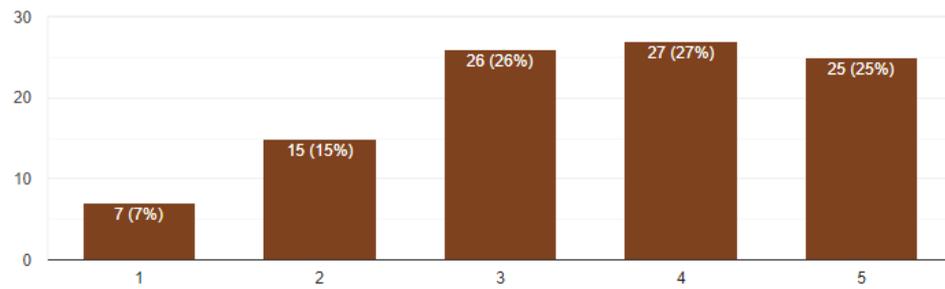
100 tanggapan



Variabel Y (Loyalitas Konsumen)

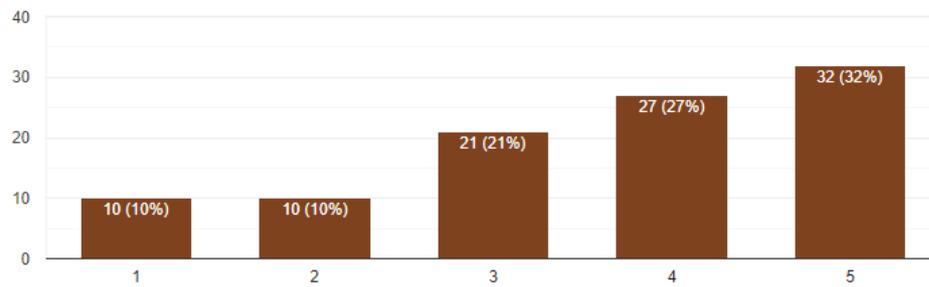
Saya sering berkunjung ke kafe dukun kopi?

100 tanggapan



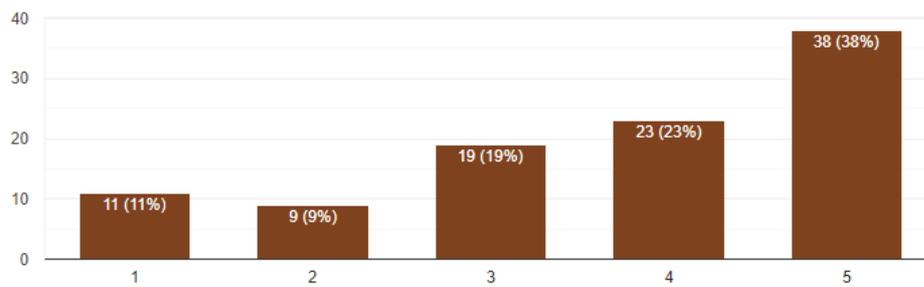
Jika dukun kopi membuat produk selain minuman, saya akan membelinya?

100 tanggapan



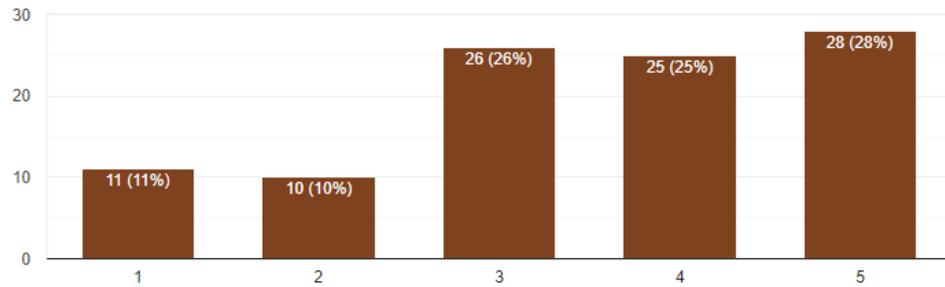
Saya bersedia merekomendasikan kafe dukun kopi kepada teman teman saya secara gratis?

100 tanggapan



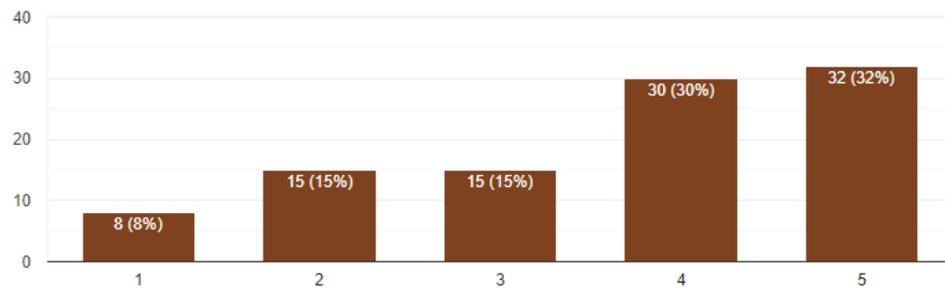
Saya lebih tertarik produk dukun kopi ketimbang produk kafe lain nya?

100 tanggapan



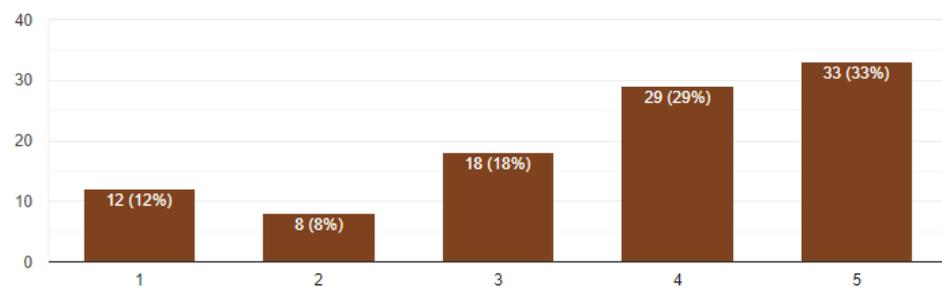
Saya selalu berkeinginan untuk berkunjung kembali ke dukun kopi kedepan nya?

100 tanggapan



Menu kafe dukun kopi sesuai dengan apa yg saya inginkan?

100 tanggapan



LAMPIRAN 3 HASIL PENGOLAHAN DATA DENGAN SPSS

Lampiran Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas X1

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,914**	,885**	,964**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,914**	1	,911**	,975**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,885**	,911**	1	,963**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	,964**	,975**	,963**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas X2

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,848**	,814**	,941**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,848**	1	,842**	,951**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,814**	,842**	1	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,941**	,951**	,938**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,783**	,840**	,941**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,783**	1	,797**	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,840**	,797**	1	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	,941**	,919**	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas X4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,934**	,932**	,978**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,934**	1	,935**	,978**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,932**	,935**	1	,977**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X4	Pearson Correlation	,978**	,978**	,977**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas X5

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	,820**	,673**	,907**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,820**	1	,811**	,956**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	,673**	,811**	1	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X5	Pearson Correlation	,907**	,956**	,896**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas X6

Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	Total_X6
X6.1	Pearson Correlation	1	,901**	,852**	,964**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X6.2	Pearson Correlation	,901**	1	,832**	,955**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X6.3	Pearson Correlation	,852**	,832**	1	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total_X6	Pearson Correlation	,964**	,955**	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Y

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,762**	,687**	,801**	,672**	,637**	,827**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,762**	1	,879**	,855**	,844**	,832**	,944**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,687**	,879**	1	,836**	,878**	,836**	,935**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,801**	,855**	,836**	1	,849**	,814**	,940**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,672**	,844**	,878**	,849**	1	,849**	,930**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,637**	,832**	,836**	,814**	,849**	1	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,827**	,944**	,935**	,940**	,930**	,908**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas X1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	7,6400	7,546	,921	,952
X1.2	7,5200	6,838	,940	,939
X1.3	7,4800	7,484	,918	,953

Hasil Uji Reliabilitas X2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	7,4200	7,236	,866	,914
X2.2	7,3200	7,088	,887	,898
X2.3	7,3800	7,248	,861	,918

Hasil Uji Reliabilitas X3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	7,0600	5,875	,856	,887
X3.2	7,2500	6,634	,823	,911
X3.3	7,2100	6,471	,868	,876

Hasil Uji Reliabilitas X4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	7,4400	7,582	,949	,966
X4.2	7,5300	7,767	,951	,965
X4.3	7,4500	7,765	,949	,966

Hasil Uji Reliabilitas X5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	7,2500	6,351	,788	,894
X5.2	7,2200	5,769	,892	,804
X5.3	6,9700	6,837	,779	,901

Hasil Uji Reliabilitas X6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X6.1	7,3400	6,105	,916	,908
X6.2	7,3500	6,432	,901	,920
X6.3	7,2900	6,370	,864	,948

Hasil Uji Reliabilitas Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	18,0400	38,079	,759	,965
Y2	17,9100	35,133	,917	,949
Y3	17,8400	34,722	,903	,950
Y4	18,0300	35,242	,911	,949
Y5	17,8900	35,493	,897	,951
Y6	17,8900	35,412	,865	,954

Tabel 5.26. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,164	,111		1,480	,142
	X1	-,154	,089	-,173	-1,729	,087
	X2	,237	,098	,263	2,430	,017
	X3	,336	,073	,349	4,628	,000
	X4	,001	,101	,002	,013	,990
	X5	-,088	,089	-,091	-,995	,322
	X6	,610	,082	,635	7,428	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Tabel 5.27. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,564	6	21,594	189,096	,000 ^b
	Residual	10,620	93	,114		
	Total	140,184	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), X1,X2, X3X4,X5 dan X6

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Tabel 5.28 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,164	,111		1,480	,142
	X1	-,154	,089	-,173	-1,729	,087
	X2	,237	,098	,263	2,430	,017
	X3	,336	,073	,349	4,628	,000
	X4	,001	,101	,002	,013	,990
	X5	-,088	,089	-,091	-,995	,322
	X6	,610	,082	,635	7,428	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Tabel 5.29. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,961 ^a	,924	,919	,33793

a. Predictors: (Constant), Kreativitas dan Inovasi X6, x3, X5, X2, X4

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS.24.0, 2020

Lampiran Data Penelitian

Tabel 1. Skor Butir Kuesioner Variabel Percaya Diri (X.1)

Responden	Karakteristik Wirausaha (X)			Total
	Percaya diri (X.1)			
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	3	3	2	8
2	1	1	1	3
3	1	1	2	4
4	1	1	1	3
5	1	1	1	3
6	1	1	1	3
7	5	5	5	15
8	1	1	1	3
9	2	1	2	5
10	2	1	3	6
11	4	5	4	13
12	1	1	2	4
13	1	1	1	3
14	4	3	4	11
15	5	5	5	15
16	1	1	1	3
17	1	1	1	3
18	3	3	3	9
19	5	5	5	15
20	4	5	4	13
21	2	1	1	4
22	1	1	3	5
23	2	1	2	5
24	2	2	1	5
25	4	4	3	11
26	4	5	5	14
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	4	4	3	11
31	4	5	5	14
32	4	5	5	14
33	4	5	4	13
34	4	4	4	12
35	1	1	2	4

36	4	3	3	10
37	5	5	5	15
38	5	5	4	14
39	5	5	5	15
40	4	4	5	13
41	3	4	5	12
42	3	4	4	11
43	2	2	2	6
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	3	4	4	11
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	4	5	5	14
56	3	4	4	11
57	3	4	4	11
58	4	4	4	12
59	3	3	3	9
60	3	4	4	11
61	4	4	5	13
62	3	4	4	11
63	4	4	4	12
64	5	4	5	14
65	5	4	5	14
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	4	3	12
69	4	5	5	14
70	4	5	5	14
71	1	1	1	3
72	4	5	4	13
73	5	5	5	15
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	4	5	14
77	5	5	5	15

78	4	4	3	11
79	4	5	4	13
80	4	5	5	14
81	3	4	3	10
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	3	2	3	8
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	4	5	5	14
88	4	5	5	14
89	3	4	3	10
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	5	4	4	13
93	4	4	4	12
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	4	5	5	14
98	4	4	5	13
99	5	5	5	15
100	5	5	5	15
Jumlah	368	380	384	1132
Rata - Rata	3.68	3.8	3.84	11.32

Tabel 2. Skor Butir Kuesioner Berorientasi Pada Tugas dan Hasil (X.2)

Responden	Karakteristik Wirausaha (X)			Total
	Berorientasi Pada TugasDan Hasil (X.2)			
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	3	2	3	8
2	1	1	1	3
3	1	1	1	3
4	1	1	1	3
5	1	1	1	3
6	1	1	1	3
7	5	4	5	14
8	1	1	1	3
9	2	2	2	6
10	3	2	2	7
11	3	4	4	11
12	1	1	2	4
13	1	1	1	3
14	2	4	4	10
15	5	5	5	15
16	1	1	1	3
17	1	1	1	3
18	3	3	3	9
19	4	5	4	13
20	5	4	4	13
21	2	2	1	5
22	3	1	2	6
23	1	2	2	5
24	2	1	1	4
25	3	3	4	10
26	4	5	4	13
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	4	5	4	13
30	4	4	4	12
31	5	5	5	15

32	4	5	5	14
33	5	4	4	13
34	3	4	4	11
35	2	1	3	6
36	3	4	3	10
37	5	5	5	15
38	4	3	3	10
39	5	5	5	15
40	5	4	5	14
41	5	5	5	15
42	4	3	5	12
43	1	2	2	5
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	5	4	4	13
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	3	4	3	10
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	3	3	3	9
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	3	3	4	10
59	3	3	2	8
60	4	4	3	11
61	5	4	3	12
62	3	3	4	10
63	4	4	3	11
64	3	4	4	11
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15

68	4	5	4	13
69	4	4	5	13
70	5	5	5	15
71	1	1	1	3
72	4	4	4	12
73	5	4	5	14
74	5	5	5	15
75	5	5	3	13
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	2	3	3	8
79	5	5	1	11
80	4	4	5	13
81	3	3	3	9
82	5	5	5	15
83	4	3	3	10
84	3	5	2	10
85	3	4	4	11
86	2	5	5	12
87	4	5	5	14
88	5	4	5	14
89	3	5	5	13
90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	2	4	3	9
93	4	4	4	12
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	4	5	4	13
99	5	5	5	15
100	5	5	5	15
Jumlah	364	374	368	1106
Rata-Rata	3.64	3.74	3.68	11.06

Tabel 3. Skor Butir Kuesioner Keberanian mengambil resiko (X.3)

Responden	Karakteristik Wirausaha (X)			Total
	Keberanian Mengambil resiko (X.3)			
	X3.1	X3.2	X3.3	
1	3	3	3	9
2	1	1	1	3
3	2	1	2	5
4	1	1	1	3
5	1	2	2	5
6	1	1	1	3
7	5	4	4	13
8	1	1	2	4
9	2	2	2	6
10	1	3	2	6
11	4	5	4	13
12	1	2	2	5
13	1	1	1	3
14	3	4	3	10
15	5	5	5	15
16	2	2	1	5
17	1	5	1	7
18	3	3	3	9
19	4	4	4	12
20	4	3	4	11
21	1	1	3	5
22	2	3	3	8
23	1	2	2	5
24	1	1	1	3
25	2	2	2	6
26	5	4	4	13
27	5	5	5	15
28	5	3	5	13
29	5	5	5	15
30	4	4	5	13
31	5	5	5	15
32	5	4	3	12
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	2	3	2	7
36	4	4	4	12

37	5	5	5	15
38	3	3	3	9
39	5	5	5	15
40	5	5	5	15
41	3	3	3	9
42	5	5	2	12
43	2	2	2	6
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	4	3	4	11
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	4	3	3	10
53	5	5	5	15
54	5	4	4	13
55	3	3	2	8
56	5	4	4	13
57	5	4	4	13
58	4	3	3	10
59	3	3	3	9
60	4	4	4	12
61	5	5	5	15
62	2	3	3	8
63	3	3	4	10
64	5	5	5	15
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	3	3	11
69	5	4	4	13
70	5	5	5	15
71	1	1	1	3
72	4	4	4	12
73	5	4	4	13
74	5	5	5	15
75	4	5	3	12
76	5	5	5	15
77	5	3	4	12

78	4	3	2	9
79	3	1	3	7
80	5	4	4	13
81	3	3	3	9
82	5	5	5	15
83	3	3	3	9
84	3	3	3	9
85	3	4	4	11
86	3	2	3	8
87	5	3	5	13
88	5	3	3	11
89	4	2	3	9
90	5	5	5	15
91	4	3	4	11
92	3	3	3	9
93	4	4	5	13
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	4	4	5	13
99	4	2	2	8
100	5	3	4	12
Jumlah	370	351	355	1076
Rata - Rata	3.7	3.51	3.55	10.76

Tabel 4. Skor Butir Kuesioner Kepemimpinan (X.4)

Responden	Karakteristik Wirausaha (X)			Total
	Kepemimpinan (X.4)			
	X4.1	X4.2	X4.3	
1	3	3	3	9
2	1	1	1	3
3	2	1	1	4
4	1	1	1	3
5	1	2	2	5
6	1	1	1	3
7	5	5	5	15
8	1	2	2	5
9	2	2	2	6
10	1	2	1	4
11	5	4	5	14
12	1	2	1	4
13	1	1	1	3
14	3	4	3	10
15	5	5	5	15
16	1	1	1	3
17	1	1	1	3
18	3	3	3	9
19	4	4	4	12
20	4	4	5	13
21	1	1	1	3
22	2	2	1	5
23	1	2	2	5
24	2	1	1	4
25	3	2	3	8
26	4	4	3	11
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	5	5	5	15
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	5	4	4	13
34	4	4	4	12
35	2	1	2	5
36	4	4	3	11

37	5	5	5	15
38	3	3	3	9
39	5	5	5	15
40	5	5	5	15
41	5	4	4	13
42	4	4	4	12
43	1	1	2	4
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	5	4	5	14
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	4	3	3	10
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	4	5	5	14
56	3	3	4	10
57	3	3	4	10
58	4	3	3	10
59	3	2	3	8
60	4	4	4	12
61	5	5	5	15
62	3	3	3	9
63	3	3	3	9
64	5	4	5	14
65	5	5	5	15
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	4	4	4	12
69	5	5	4	14
70	5	5	5	15
71	1	1	1	3
72	4	4	4	12
73	5	5	5	15
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	4	5	5	14

78	4	3	3	10
79	5	4	4	13
80	5	5	5	15
81	3	3	3	9
82	5	5	5	15
83	3	3	3	9
84	3	3	4	10
85	3	3	4	10
86	3	4	4	11
87	5	5	5	15
88	5	5	4	14
89	4	3	4	11
90	5	5	5	15
91	5	4	5	14
92	3	2	4	9
93	5	5	5	15
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	5	5	5	15
99	5	4	4	13
100	5	5	5	15
Jumlah	377	368	376	1121
Rata - Rata	3.77	3.68	3.76	11.21

Tabel 5. Skor Butir Kuesioner berorientasi masa depan (X.5)

Responden	Karakteristik Wirausaha (X)			Total
	Berorientasi Masa depan (X.5)			
	X5.1	X5.2	X5.3	
1	3	3	3	9
2	1	1	1	3
3	1	1	4	6
4	1	1	1	3
5	2	1	1	4
6	1	1	1	3
7	4	4	4	12
8	5	1	2	8
9	2	2	2	6
10	3	2	2	7
11	5	5	4	14
12	1	1	1	3
13	1	1	3	5
14	2	3	3	8
15	5	5	5	15
16	2	2	1	5
17	1	1	1	3
18	3	3	3	9
19	4	4	4	12
20	5	2	3	10
21	1	1	2	4
22	1	1	2	4
23	3	2	2	7
24	1	1	3	5
25	2	2	3	7
26	4	3	4	11
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	5	5	4	14
31	5	5	5	15
32	4	4	5	13
33	5	4	5	14
34	4	4	4	12
35	2	2	2	6
36	3	4	4	11

37	5	5	5	15
38	3	3	5	11
39	5	5	5	15
40	4	4	5	13
41	3	3	5	11
42	4	4	4	12
43	1	2	2	5
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	1	3	5	9
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	3	3	3	9
53	5	5	5	15
54	3	5	4	12
55	4	5	4	13
56	4	3	3	10
57	4	3	3	10
58	2	3	3	8
59	3	3	2	8
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	4	2	3	9
63	3	3	3	9
64	3	4	5	12
65	4	4	4	12
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	3	3	4	10
69	3	4	4	11
70	5	5	5	15
71	1	1	1	3
72	4	4	4	12
73	4	4	5	13
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15

78	3	3	3	9
79	1	1	5	7
80	3	4	4	11
81	3	3	3	9
82	3	5	4	12
83	2	3	4	9
84	4	3	3	10
85	3	4	3	10
86	4	4	3	11
87	5	5	5	15
88	5	5	5	15
89	3	3	5	11
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	4	3	3	10
93	4	4	4	12
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	4	5	5	14
97	5	5	5	15
98	3	5	5	13
99	3	4	5	12
100	3	4	4	11
Jumlah	347	350	375	1072
Rata - Rata	3.47	3.5	3.75	10.72

Tabel 6. Skor Butir Kuesioner kreativitas dan inovatif (X.6)

Responden	Karakteristik Wirausaha (X)			Total
	Kreativitas dan Inovatif (X.6)			
	X6.1	X6.2	X6.3	
1	3	3	3	9
2	1	1	1	3
3	1	2	1	4
4	1	1	1	3
5	1	1	2	4
6	1	1	1	3
7	5	5	5	15
8	1	3	2	6
9	2	1	1	4
10	2	3	1	6
11	4	4	4	12
12	1	1	1	3
13	3	2	3	8
14	3	2	4	9
15	5	5	5	15
16	1	2	1	4
17	1	1	1	3
18	3	3	3	9
19	4	4	4	12
20	3	3	4	10
21	1	1	2	4
22	3	3	2	8
23	2	2	2	6
24	3	3	2	8
25	2	3	2	7
26	4	4	5	13
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	5	5	4	14
30	5	5	5	15
31	5	5	5	15
32	4	4	5	13
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	2	2	1	5
36	4	3	4	11

37	5	5	5	15
38	5	4	3	12
39	5	5	5	15
40	4	5	2	11
41	4	3	3	10
42	4	4	3	11
43	3	2	3	8
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	3	4	4	11
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	3	3	3	9
50	3	3	3	9
51	4	4	4	12
52	3	3	3	9
53	5	5	5	15
54	5	4	4	13
55	3	3	4	10
56	3	3	4	10
57	3	3	4	10
58	2	2	4	8
59	2	2	3	7
60	4	4	4	12
61	4	5	4	13
62	4	3	4	11
63	4	4	4	12
64	4	5	5	14
65	4	4	4	12
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	4	4	5	13
69	5	5	4	14
70	5	5	5	15
71	1	1	1	3
72	4	4	4	12
73	5	4	5	14
74	5	5	5	15
75	4	5	5	14
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15

78	4	3	4	11
79	5	4	3	12
80	5	3	4	12
81	3	3	3	9
82	5	4	5	14
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	3	4	3	10
86	3	3	3	9
87	5	5	5	15
88	5	5	5	15
89	3	4	5	12
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	2	3	4	9
93	4	4	4	12
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	5	5	5	15
99	4	4	4	12
100	3	3	4	10
Jumlah	365	364	370	1099
Rata - Rata	3.65	3.64	3.7	10.99

Tabel 7. Skor Butir Kuesioner Loyalitas Konsumen (Y)

Responden	Karakteristik Wirausaha (Y)						Total
	Loyalitas Konsumen (Y)						
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
1	2	2	3	2	2	4	15
2	1	1	1	1	2	1	7
3	3	2	2	2	1	1	11
4	1	1	1	1	1	1	6
5	2	1	2	1	2	1	9
6	1	1	1	1	1	1	6
7	5	4	5	5	5	4	28
8	2	2	1	2	1	1	9
9	2	1	1	1	1	1	7
10	4	2	2	3	2	2	15
11	2	5	4	3	4	5	23
12	2	2	1	1	2	1	9
13	5	3	3	4	1	1	17
14	3	4	2	3	2	4	18
15	5	5	5	5	5	5	30
16	1	2	2	2	2	2	11
17	3	1	1	1	2	1	9
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	4	4	4	4	5	24
20	2	2	4	3	3	5	19
21	2	1	1	2	2	2	10
22	3	3	2	3	3	2	16
23	2	1	1	1	2	2	9
24	1	2	3	3	2	2	13
25	2	1	2	1	2	2	10
26	4	4	4	4	5	4	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	5	4	5	5	5	28
31	5	5	5	4	4	4	27
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	5	4	4	4	25
34	4	4	4	4	4	4	24
35	3	2	1	2	1	1	10
36	3	4	4	3	4	3	21

37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	3	3	3	3	3	18
39	5	5	5	5	5	5	30
40	3	3	5	5	5	5	26
41	2	3	3	3	4	3	18
42	3	4	4	4	4	4	23
43	4	3	2	3	2	2	16
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	3	3	4	4	3	21
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	4	4	4	24
49	2	3	3	2	2	3	15
50	3	3	3	3	3	3	18
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	3	3	1	3	3	17
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	5	4	4	4	25
55	3	3	3	3	4	4	20
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	2	3	3	2	4	4	18
59	4	2	3	3	3	3	18
60	3	4	4	4	4	4	23
61	3	5	5	4	4	4	25
62	3	3	4	3	3	3	19
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	5	5	4	5	4	26
65	4	5	5	5	5	4	28
66	5	5	3	5	5	5	28
67	3	4	5	5	5	5	27
68	3	5	5	4	4	4	25
69	4	5	5	4	4	5	27
70	5	5	5	4	4	4	27
71	1	1	1	1	1	1	6
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	5	5	5	5	28
74	5	5	5	5	5	5	30
75	3	3	3	4	3	5	21
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30

78	1	3	3	2	4	3	16
79	2	4	5	3	5	3	22
80	4	4	4	3	3	4	22
81	4	3	3	3	3	3	19
82	5	5	5	5	5	5	30
83	3	4	4	4	4	3	22
84	4	4	4	4	4	4	24
85	3	4	4	3	3	3	20
86	2	3	3	2	2	5	17
87	4	4	4	3	4	5	24
88	3	3	5	3	4	3	21
89	4	5	4	3	3	4	23
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	4	4	5	5	5	27
92	3	3	2	3	3	3	17
93	4	4	5	4	4	4	25
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	5	5	3	4	4	25
99	3	4	4	4	4	4	23
100	4	4	5	3	5	4	25
Jumlah	348	361	368	349	363	363	2152
Rata - Rata	3.48	3.61	3.68	3.49	3.63	3.63	21.52