



**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA
RUMAH MAKAN MEMEY SIMPANG RIMBO KOTA JAMBI**

SKRIPSI

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

OLEH :

**FRANSISCO SAPUTRA
C1B019148**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

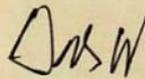
Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh:

Nama : Fransisco Saputra
NIM : C1B019148
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Makan Memey Simpang Rimbo Kota Jambi.

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan Skripsi pada tanggal seperti yang tertera dibawah ini:

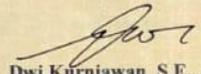
Jambi, Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Dahmiri, S.E., M.M.
NIP. 197209152005011004

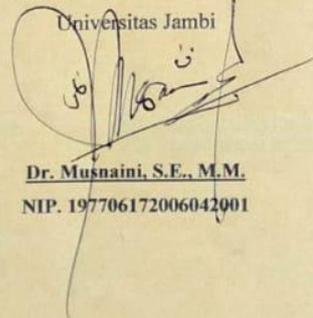
Pembimbing II



Dwi Kurniawan, S.E., M.M.
NIP. 197906152008011016

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi



Dr. Musnaini, S.E., M.M.
NIP. 197706172006042901

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala Puji dan Syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa terlimpah dan tercurah untuk Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu kita nantikan hingga akhir zaman.

Skripsi ini penulis buat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1), dengan judul “**Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Makan Memey Di Simpang Rimbo Kota Jambi**”. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh nilai kesempurnaan serta tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak terutama kepada Bapak Drs. Dahmiri S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi I yang penuh kesabaran memberikan bimbingan, nasehat, motivasi serta saran-saran yang membangun bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan Bapak Dwi Kurniawan S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi II yang banyak memberikan masukan, serta saran-saran bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini . Karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Secara khusus saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Se.,Ph.D selaku Rektor Universitas Jambi dan juga Bapak Prof. Dr. H. Junaidi, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
2. Ibu Dr. Zulfina Andrian, S.E.,M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Dr. Musnaini, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas dan membangun bagi penulis selama masa perkuliahan.
4. Ayahanda dan Ibunda penulis yang senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang, semangat yang tiada hentinya, motivasi, dan inspirasi kepada penulis dalam menuntut ilmu.
5. Seluruh keluarga yang telah memberikan semangat dan do'a kepada penulis.
6. 8020200070 selaku orang yang tetap setia menemani sedari awal perkuliahan serta turut memberi semangat dan bantuan yang sangat berarti
7. Macak Petir Selaku tim yang sangat membantu dan ikut berjuang bersama semasa perkuliahan berlangsung
8. Serta seluruh pihak yang turut membantu dengan sabar dan memahami penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya semoga segala sesuatu bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT dan penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Jambi, Mei 2023

Fransisco Saputra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan. Karakteristik kewirausahaan yang meliputi Percaya diri, Berorientasi pada hasil, berani mengambil resiko, dan jiwa kepemimpinan. Sementara itu, inovasi produk diukur melalui keunggulan relatif, kesesuaian, dan ketercobaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam usaha menguji hipotesis yang telah disusun, dengan menggunakan kuisioner . Penelitian ini dilaksanakan di Simpang Rimbo Kota Jambi di mana lokasi tersebut terdapat usaha rumah makan memey. Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independent karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing di Simpang Rimbo Kota Jambi, yaitu analisis regresi linear berganda, kemudian data akan diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 antara karakteristik kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan memey, parsial ada pengaruh positif signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha rumah makan memey. Kemudian secara simultan ada pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 antara karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap rumah makan memey.

Kata Kunci : Karakteristik kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of entrepreneurial characteristics and product innovation on a company's competitive advantage. Entrepreneurial characteristics which include self-confidence, result-oriented, risk-taking, and leadership spirit. Meanwhile, product innovation is measured through relative advantage, suitability, and trialability. This study uses a quantitative approach in an effort to test the hypotheses that have been prepared, using a questionnaire. This research was conducted at Simpang Rimbo, Jambi City, where there is a memey restaurant business in that location. Data processing used in this study is multiple linear regression analysis. The analytical tool used in this study is to calculate the influence of the independent variables on entrepreneurial characteristics and product innovation on the dependent variable, namely competitive advantage at Simpang Rimbo Jambi City, namely multiple linear regression analysis, then the data will be processed using SPSS. The results showed that partially there was a significant positive effect with a significance value of 0.000 between entrepreneurial characteristics on competitive advantage in memey restaurants, partially there was a significant positive effect with a significance value of 0.000 between product innovation and competitive advantage in memey restaurant businesses. Then simultaneously there is a significant influence with a significance value of 0.000 between entrepreneurial characteristics and product innovation together on memey restaurants.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Karakteristik Kewirausahaan.....	8
2.1.2 Inovasi Produk	9
2.1.3 Keunggulan Bersaing	12
2.1.4 UMKM	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Penelitian	18
2.4 Hipotesis penelitian.....	19

BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Tempat dan Objek Penelitian	20
3.3 Sumber Data	20
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.5 Metode Pengumpulan Data	22
3.5.1 Observasi.....	22
3.5.2 Angket/Kuesioner.....	23
3.5.3 Dokumentasi	23
3.6 Teknik Pengumpulan data	23
3.7 Variabel Penelitian.....	23
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.9 Pengolahan Data.....	27
3.10 Analisis Data	28
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	31
4.1 Profil Rumah Makan Memey Simpang Rimbo	31
4.2 Lokasi Rumah Makan Memey	32
4.3 Visi dan Misi Perusahaan	32
4.4 Logo Perusahaan	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Hasil Penelitian.....	34
5.1.1 Karakteristik Responden	34
5.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	36
5.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	42
5.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	45

5.1.5 Analisis regresi linier berganda	48
5.1.6 Pengujian Hipotesis.....	49
5.2 PEMBAHASAN	51
BAB VI PENUTUP	56
6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Definisi Variabel.....	24
Tabel 3. 2 Skala Likert	25
Tabel 3. 3 Rentang Skala	26
Tabel 5. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 5. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur	35
Tabel 5. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 5. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	36
Tabel 5. 5 Gambaran Variabel Karakteristik Kewirausahaan.....	37
Tabel 5. 6 Gambaran Variabel Inovasi Produk	39
Tabel 5. 7 Gambaran Variabel Keunggulan Bersaing	41
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas Karakteristik Kewirausahaan.....	42
Tabel 5. 9 Hasil Uji validitas Inovasi Produk.....	43
Tabel 5. 10 Hasil Uji validitas Keunggulan Bersaing.....	43
Tabel 5. 11 Hasil Uji reliabilitas karakteristik kewirausahaan	44
Tabel 5. 12 Hasil Uji reliabilitas inovasi produk.....	44
Tabel 5. 13 Hasil Uji reliabilitas keunggulan bersaing	44
Tabel 5. 14 Hasil Uji normalitas metode <i>one sample kolmogrov-smirnov test</i>	46
Tabel 5. 15 Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 5. 16 Hasil Analisis regresi linier berganda	48
Tabel 5. 17 Hasil Uji-t.....	49
Tabel 5. 18 Hasil Uji F.....	50
Tabel 5. 19 Hasil uji Koefisien determinasi	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4. 1 Rumah Makan Memey	31
Gambar 4. 2 Logo Rumah Makan Memey	33
Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot	45
Gambar 5. 2 Hasil Uji Heteroskedasitas	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Indonesia telah membuat banyak kemajuan dalam beberapa tahun terakhir. Banyak faktor yang berkontribusi terhadap kemajuan industri ini. Ada beberapa faktor yang mendukung tumbuhnya suatu industri di sejumlah kota di Indonesia, antara lain melimpahnya sumber daya manusia, sumber daya alam, dan lokasi yang strategis. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di hampir seluruh wilayah Indonesia merupakan salah satu jenis usaha yang memberikan kontribusi bagi perkembangan industri negara. Karena kapasitas mereka untuk menyerap sejumlah besar orang yang menganggur dan kontribusi mereka yang signifikan terhadap PDB, usaha kecil dan menengah memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian nasional.

Kemajuan kekuatan persaingan dan jumlah pesaing membuat organisasi harus selalu fokus pada kebutuhan dan keinginan konsumen, dan berusaha memenuhi asumsi konsumen dengan menawarkan layanan yang lebih disukai dari pada pesaing. Ini karena konsumen semakin memilih produk mana yang mereka gunakan atau konsumsi. Perusahaan harus dapat memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka untuk memastikan bahwa pelanggan mereka puas di pasar dengan banyak persaingan karena konsumen biasanya lebih menyukai produk yang tidak mahal tetapi berkualitas tinggi.

Salah satu bidang bisnis yang saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah di bidang makanan, salah satunya tempat makan. Saat ini banyak pelanggan yang ingin menggunakan restoran sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman, keluarga, dan kerabat. Untuk pemilik bisnis yang berhubungan dengan makanan, ini memberikan peluang bagus untuk memperluas usaha mereka. Rumah makan merupakan salah satu jenis usaha di sektor makanan yang banyak ditemukan di Indonesia. Persaingan dalam bisnis rumah makan semakin ketat dengan banyaknya usaha serupa yang bermunculan. Oleh karena itu, untuk bertahan dan memenangkan persaingan, diperlukan keunggulan bersaing yang dapat

membedakan usaha satu dengan yang lainnya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing adalah karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk. Keunggulan bersaing menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan di pasar. Karakteristik kewirausahaan adalah kebutuhan akan pencapaian keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat masing-masing kebutuhan keberhasilannya. Orang yang memiliki tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah cenderung akan merasa puas pada status yang dimiliki, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan keberhasilan yang tinggi cenderung senang bersaing dengan standar kunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi atas tugas yang diberikan kepadanya (Justin,dkk:2001) dalam (Endang Purwanti, 2012).

Dalam berwirausaha kita memerlukan adanya inovasi agar pelanggan kita tidak pernah merasa bosan. Inovasi dalam bisnis adalah warna dalam bisnis itu sendiri. Tanpa melakukan inovasi, bisnis akan terasa kurang menarik dan kurang diminati. Melakukan inovasi bisnis juga merupakan salah satu strategi untuk pengembangan bisnis. Inovasi adalah suatu hal kreatif yang bisa diterapkan dalam bisnis agar dapat memberi hasil yang maksimal.

Seiring dengan transformasi budaya masyarakat dan globalisasi, masyarakat modern telah menghasilkan cara hidup baru. Kondisi ini ditandai dengan semakin berkembangnya gerai ritel yang ada seperti pusat perbelanjaan, usaha industri kreatif, bisnis fashion, usaha kuliner dan usaha lainnya. Produk yang digunakan untuk mengkonsumsi makanan cepat saji berkembang dengan cepat. Dalam ruang lingkup Simpang Rimbo Kota Jambi, bahkan berkembang menjadi fenomena.

Tabel 1.1
DAFTAR RUMAH MAKAN YANG ADA DI SEKITAR SIMPANG RIMBO

1	Rumah Makan Memey
2	Rumah Makan Citra Minang
3	Rumah Makan Family Jaya

4	Rumah Makan Tabek Gadang
5	Rumah Makan Makmur
6	Rumah Makan Ampera Elok
7	Rumah Makan Ampera Uni
8	Rumah Makan Srientokan Indah

Sumber : Observasi lapangan

Jika kita telaah ekspansi industri restoran di kota-kota besar Indonesia, kita melihat peningkatan yang signifikan dalam jumlah investasi restoran. Bisnis ini sangat bangga dengan ragam pilihan menu dan masakan etnik yang ditawarkannya, serta ragam desain interior yang ditampilkannya. Pengelola rumah makan Padang mempekerjakan juru masak dari Sumatera Barat untuk menjaga cita rasa asli masakan Minang dan kualitas makanannya. Atau paling tidak, mereka meminta bantuan orang-orang dari Sumbar untuk menjaga rasa dan kualitas makanan. Untuk menjaga kualitas rasa, resep masakan utama atau menu masakan standar juga harus diperhatikan. Cita rasa masakan Padang berbeda dengan masakan lainnya karena keterkaitannya dengan bumbu yang kental dan bumbu yang lengkap. Rumah makan Memey merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan masakan khas minang. Rumah makan Memey ini berlokasi di Jln. Lingkar Barat III No. 123, Kenali Besar, Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361

Tabel 1.2
DAFTAR MENU RUMAH MAKAN MEMEY SIMPANG RIMBO KOTA
JAMBI

NO	MAKANAN UTAMA	MENU TAMBAHAN	MINUMAN
1	Nasi Ayam Bakar	Sambal Tanak Jengkol	Kopi Hitam
2	Nasi Ayam Goreng	Sambal Gulai Jengkol	Kopi Susu
3	Nasi Ayam Rendang	Sambal Cabe hijau jengkol	Torabika Susu

4	Nasi Ayam Gulai	Sambal Merah	Torabica Moca
5	Nasi Ayam Sambal	Sayur Pucuk ubi	Torabika Capuccino
6	Nasi Soto Ayam	Sayur Nangka	Good day Capuccino
7	Nasi ikan Nila Bakar	Sayur Pakis Udang	Luwak White Coffe
8	Nasi ikan Nila Goreng	Sayur Tumis kangkung	Susu
9	Nasi ikan Nila Rica rica	Mie Goreng	Teh
10	Nasi ikan Nila Tempoyak	Mie Rebus	Teh Susu
11	Nasi ikan Nila Acar	Lontong	Thai Tea
12	Nasi ikan Nila Asam pedas		Chocolatos
13	Nasi ikan Nila Gulai kuning		Energen Kacang ijo
14	Nasi ikan Tongkol Goreng		Nutrisari Jeruk Peras
15	Nasi ikan Fatin Goreng		Nutrisari Jeruk Nipis
16	Nasi ikan Fatin Asam Pedas		Nutrisari Jeruk Flordinina
17	Nasi ikan Fatin Tempoyak		
18	Nasi ikan Lele Goreng		
19	Nasi ikan Lele sambal ijo		
20	Nasi Tempoyak Udang		
21	Nasi Pepes Tempoyak Ikan nila		
22	Nasi Pepes Tempoyak Udang		
23	Nasi Udang Bakar		
24	Nasi Kepala ikan baung sungai		

25	Nasi Soto Ayam		
26	Nasi Cumi		
27	Nasi Kerang Sambal Cocol		

Sumber : Rumah Makan Memey

Berdasarkan data yang ditampilkan di atas, popularitas Rumah Makan Memey mengalami fluktuasi namun dominan menurun. Hal ini menandakan bahwa adanya persaingan antara produsen rumah makan baik dalam skala kecil hingga skala besar.

Terdapat beberapa faktor dalam persaingan bisnis rumah makan, karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk dapat menjadi faktor yang membedakan antara satu usaha dengan usaha lainnya. Usaha yang memiliki karakteristik kewirausahaan yang kuat dan mampu menciptakan inovasi produk yang berbeda dan menarik untuk pasar dapat memiliki keunggulan bersaing yang lebih tinggi.

Salah satu penelitian terdahulu yang membahas pengaruh karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha rumah makan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ardianus Laurens Paulus dan Zharah Kusuma Wardhani (2018), yang memiliki variabel hampir serupa dengan judul Keunggulan Bersaing Usaha Cake dan Bakery: peran Orientasi Pasar, Orientasi kewirausahaan, dan Inovasi produk Menunjukkan hasil bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha cake dan bakery di Kota Madiun.

Dari latar belakang diatas, maka penulis memilih Rumah Makan Memey sebagai tempat penelitian. Dengan alasan tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Makan Memey Simpang Rimbo Kota Jambi”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di deskripsi kan dapat diidentifikasi bahwa Rumah Makan Memey mengalami fluktuasi namun dominan menurun, Pengusaha rumah makan memey mungkin tidak memiliki keterampilan kewirausahaan yang cukup untuk mempertahankan keunggulan bersaing mereka. Hal ini dapat menyebabkan bisnis mereka gagal mengikuti tren dan inovasi produk yang terbaru, serta gagal menarik pelanggan baru. Sehingga peneliti mau membahas terkait karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing .

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh karakteristik kewirausahaan, inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha RM Memey Simpang Rimbo kota Jambi secara simultan?
2. Manakah variabel yang paling berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada usaha RM Memey Simpang Rimbo Kota Jambi

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik kewirausahaan, inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha RM Memey Simpang Rimbo kota Jambi secara simultan?
2. Untuk menjelaskan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada usaha RM Memey Simpang Rimbo kota Jambi

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

sebagai pembelajaran bagaimana meningkatkan kemampuan riset penulis dan mempelajari lebih jauh bagaimana inovasi produk dan karakteristik kewirausahaan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Bagi Pembaca

Eksplorasi ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan menambah pengetahuan..

3. Bagi Perusahaan.

Sebagai info atau data tambahan bagi organisasi atau asosiasi dan perkumpulan yang terinspirasi oleh bisnis dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan dampak karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing..

4. Bagi Universitas Jambi

Sebagai tambahan dari penelitian yang sudah ada di lapangan, khususnya kewirausahaan, tentang hubungan karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, penelitian ini dapat dikutip dan dimasukkan ke dalam penelitian yang sudah ada, khususnya untuk program pendidikan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Karakteristik Kewirausahaan

Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusahaan Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa: Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan. Sedangkan kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Menurut Zimmerer (dalam Suryana, 2001) kewirausahaan adalah suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar. Kreatifitas menurut Zimmerer diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Sedangkan keinovasian diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan peluang untuk mempertinggi taraf hidup. Jadi dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang sistematis untuk menerapkan sikap kreatif dan inovasi dalam mengembangkan ide-ide baru guna menghadapi persaingan bisnis. Karakteristik kewirausahaan menurut Meredith (2000) adalah percaya diri, berorientasikan tugas dan hasil, pengambilan risiko, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan, jujur dan tekun

Menurut Eddy Soeryanto soegoto (2009:3) Karakteristik seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis.

Penyebab Keberhasilan Berwirausaha (Sunaryo,2006) menjelaskan keberhasilan seorang wirausaha ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu: a. Kemampuan dan kemauan Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi memiliki banyak kemauan dan Orang yang tidak memiliki kemauan tetapi memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses. b. Tekad yang kuat dan kerja keras Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tetapi mau bekerja dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

Penyebab Kegagalan Berwirausaha Zimmerer (1996: 14-15) dalam mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalank usaha barunya, yaitu (dalam Sunaryo,2006): a. Tidak kompeten dalam hal manajerial b. Kurang berpengalaman c. Kurang dapat mengendalikan keuangan d. Gagal dalam perencanaan e. Lokasi yang kurang memadai f. Kurangnya pengawasan peralatan g. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha h. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/ transisi wirausaha.

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda, salah satunya menurut Geoffrey G.Meredith (1996:5- 6) dalam Suryana (2009: 24) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan sebagai berikut :

1. Percaya diri dan optimis
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
3. Berani mengambil risiko dan menyukai tantangan
4. Memiliki jiwa kepemimpinan
5. Orisinalitas tinggi .

2.1.2 Inovasi Produk

Menurut Susanto & Suhariadi (2002), inovasi adalah kegiatan dalam perekayasaan, penelitian, atau pengembangan yang bertujuan untuk mengembangkan aplikasi praktis dari nilai dan konteks ilmiah baru atau baru untuk

penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada pada produk atau proses produksi. Menurut Sirigar (2012), inovasi adalah kapasitas perusahaan untuk mengembangkan produk atau proses baru untuk pemecahan masalah. Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak berinovasi. Ini karena persyaratan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan selalu berubah. Pelanggan yang berbeda akan menggunakan produk yang berbeda. Pelanggan akan mencari produk perusahaan lain yang menurut mereka dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut Susanto & Suhariadi (2022): “Jika perusahaan ingin melangkah lebih jauh dan bertahan dalam bisnis, maka diperlukan inovasi yang berkelanjutan.”.

Istilah "inovasi" biasanya mengacu pada proses atau produk yang diperbarui, diubah, atau dibuat, serta metode dalam melakukan hal-hal yang meningkatkan efektivitasnya. Ini berarti menerapkan ide-ide baru, membuat layanan yang ada menjadi lebih baik, dan menciptakan produk yang lebih dinamis dalam konteks bisnis atau bisnis.

Inovasi, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2009), adalah penciptaan produk, layanan, ide, atau perspektif baru oleh orang lain. Produk atau layanan yang dianggap baru oleh konsumen dianggap sebagai inovasi. Sederhananya, inovasi dapat didefinisikan sebagai terobosan terkait produk. Namun, Kotler menyatakan bahwa inovasi melampaui penciptaan barang atau jasa baru. Metode dan cara berpikir baru dalam bisnis juga merupakan contoh inovasi. Selain itu, inovasi dipandang sebagai sarana perusahaan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah. Dengan cara ini, organisasi seharusnya membuat wawasan baru, pemikiran inovatif yang menawarkan hal-hal imajinatif dan menawarkan bantuan yang dapat diterima kepada klien. Inovasi memiliki signifikansi yang berkembang tidak hanya sebagai alat untuk memastikan kelangsungan bisnis tetapi juga sebagai keunggulan kompetitif.

Menurut Setiadi (2010), lima ciri inovasi adalah sebagai berikut:

a. Keunggulan relatif "pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, “apakah produk

bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?

b. Istilah "kompatibilitas/kesesuaian" mengacu pada kemampuan suatu produk untuk bekerja dengan produk lain. Yang dimaksud dengan "kesesuaian" adalah fakta bahwa suatu produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon adopter

c. "Kompleksitas" mengacu pada fakta bahwa inovasi diperlukan agar produk tumbuh dan matang. Semakin kompleks produk yang dimaksud, semakin sulit untuk mendapatkan penerimaan.

d. Trialability/ketercobaan adalah sejauh mana suatu inovasi dapat dicoba atau harus terikat untuk menggunakannya. Beberapa inovasi dapat diterapkan pada masalah yang dihadapi, sementara yang lain hanya dapat diterapkan pada masalah yang dihadapi. Untuk mencapai tingkat kesuksesan yang lebih besar dalam proses adopsi, inovasi tertentu harus digunakan untuk memuaskan pelanggan. Jika konsumen dapat mendiskusikan atau mengalami ide tersebut secara lebih mendalam, maka kemungkinan besar produk tersebut akan lebih bernilai.

e. Tingkat keteramatan/keterlihatan adalah sejauh mana inovasi tertentu dapat diamati oleh orang lain. Jarang ada orang yang memiliki ide inovatifnya sendiri; lebih sering daripada tidak, orang atau kelompok muncul dengan ide inovatif mereka sendiri. Penggunaan visibilitas dan kemudahan komunikasi meningkatkan kemungkinan bahwa pangsa pasar produk akan dipengaruhi oleh topik dan tren.

Kapasitas kewirausahaan perusahaan untuk memperkenalkan inovasi produk, pemasaran, dan distribusi menentukan inovasinya (Rosmadi, 2021).

1. Inovasi dalam produk adalah produk yang bernilai.. Penciptaan dan peluncuran produk baru yang diterima dengan baik disebut sebagai inovasi produk. Inovasi produk dapat berupa modifikasi desain atau komponen.

2. Suatu bentuk komunikasi yang dirancang dengan maksud untuk mempromosikan suatu produk dikenal sebagai inovasi promosi. Pemasaran sangat bergantung pada promosi. Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka. Bisnis harus dapat mengetahui siapa target audiens mereka dan memilih alat yang tepat untuk beriklan.

3. Strategi perusahaan untuk menemukan metode dan peluang distribusi baru dikenal sebagai inovasi distribusi. Memilih saluran yang tepat untuk perantara. Perusahaan juga terbantu dengan memanfaatkan jaringan transportasi yang mendukung dan mengelola perbekalan (supply).

2.1.3 Keunggulan Bersaing

Setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri tertentu pada dasarnya memiliki keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan tersebut, umumnya perusahaan menerapkan strategi-strategi mengenai kebijakan apa saja yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya tersebut. Keunggulan Bersaing merupakan strategi-strategi yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan atau memberi nilai lebih kepada konsumennya dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa perluasan dan kemakmuran yang hebat, banyak perusahaan kehilangan pandangan akan keunggulan bersaing, dalam perjuangan untuk berkembang dan mengejar diversifikasi (Porter, 2004). Menurut Bharadwaj et al. (1993) keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing.

Keunggulan bersaing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing muncul bila konsumen beranggapan bahwa mereka menerima nilai lebih dari transaksi yang

dilakukannya dibandingkan dengan sebuah pesaingnya (Setiawan; Ine Agustin, 2008).

(Best, 2000) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2001:322) dalam Aprizal (2018:46) Keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal.

Indikator Keunggulan Bersaing Menurut Aprizal (2018:47) Keunggulan bersaing dapat diukur dengan menggunakan indikator diantaranya Harga, Kualitas, Pengiriman yang dapat diandalkan, dan time to market.

1. Harga
2. Kualitas
3. Time to market (Waktu Pasar)

2.1.4 UMKM

UMKM adalah bisnis yang berkembang. mandiri yang bergerak di semua sektor ekonomi dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha. Nilai aset pertama, dikurangi tanah dan bangunan, rata-rata jumlah karyawan tetap atau omzet tahunan biasanya digunakan untuk membedakan usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Namun, setiap negara memiliki definisi UMKM yang unik berdasarkan ketiga alat ukur tersebut. Akibatnya, sulit untuk menarik perbandingan antar negara mengenai signifikansi atau fungsi UMKM. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, masing-masing usaha didefinisikan seperti yang ditunjukkan di:

- a) Usaha yang memiliki kurang dari 50 juta rupiah kekayaan bersih atau penjualan tahunan di bawah 300 juta rupiah dianggap sebagai usaha mikro.
- b) Usaha swasta adalah bisnis dengan transaksi tahunan antara 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah atau kelimpahan 50 hingga 500 juta rupiah..
- c) Penjualan untuk usaha menengah berkisar dari 2,5 hingga 50 miliar rupiah atau kekayaan antara 500 juta hingga sepuluh miliar rupiah.

Di Indonesia, UKM memainkan peran penting dalam berbagai kegiatan perdagangan. Sesuai dengan No. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha yang menguntungkan dengan kekayaan bersih paling banyak dan dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan. 50.000.000 rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk usaha dan angka penjualan tahunan. biaya paling ekstrim 300.000.000,00 (atau 300.000.000 rupiah). Menurut Setiawati & Widyartati (2017), UMKM diharapkan menjadi pemain utama yang berdaya saing dan produktif dalam perekonomian nasional..

Sektor UMKM ternyata berdampak signifikan terhadap *employment*, terhitung lebih besar dari 99,45% tenaga kerja dan sekitar 30 persen PDB akan pengentasan kemiskinan. Sektor UMKM akan lebih mudah merekrut karyawan baru. saat ini dan tentunya meningkatkan kesejahteraan pegawainya sehingga mengurangi pengangguran, jika dilakukan upaya untuk memajukan & mengembangkannya. Selain itu, pada akhirnya akan dimanfaatkan untuk mengurangi kemiskinan (Suci, 2018).

Program Pengentasan Kemiskinan Pemberdayaan UMKM diluncurkan pada 26 Februari 2005 oleh Presiden Yudhoyono, terdiri dari 4 langkah utama: (1) mengembangkan lingkungan bisnis yang menguntungkan; (2) mengembangkan Sistem untuk dukungan bisnis; (3) mengembangkan kewirausahaan dan keunggulan atas saingan; dan (4) memberdayakan usaha kecil. Di Indonesia, UMKM telah muncul sebagai komponen krusial bagi sistem ekonomi negara. Perihal itu disebabkan karena UMKM adalah unit khusus yang lebih beragam daripada organisasi modern yang sangat besar. Mereka memiliki keunggulan dalam mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja dan mempercepat proses pemerataan

sebagai bagian dari pembangunan.. Menurut Suci (2018), UMKM harus dilindungi oleh peraturan perundang-undangan terkait operasional dan pembangunan.

Sektor UMKM ternyata berdampak signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, terhitung lebih dari 99,45 persen tenaga kerja dan menyumbang sekitar 30 persen PDB untuk pengentasan kemiskinan. Sektor UMKM akan lebih mampu menyerap tenaga kerja yang ada saat ini dan tentunya meningkatkan kesejahteraan pegawainya sehingga mengurangi pengangguran, jika dilakukan upaya untuk memajukan dan mengembangkannya. Selain itu, pada akhirnya akan digunakan untuk mengentaskan kemiskinan (Suci, 2018).

Program Aksi Pengentasan Kemiskinan melalui Pemberdayaan UMKM yang dicanangkan Presiden Yudhoyono pada 26 Februari 2005, terdiri dari empat kegiatan utama: (1) mengembangkan iklim usaha yang kondusif; (2) mengembangkan sistem pendukung usaha; (3) mengembangkan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif; dan (4) pemberdayaan usaha skala mikro. UMKM di Indonesia telah muncul sebagai komponen penting dari sistem ekonomi negara. Hal ini disebabkan karena UMKM merupakan unit usaha yang jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan usaha industri besar. Mereka memiliki keunggulan dalam mempekerjakan lebih banyak karyawan dan mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pengembangan. Konsekuensinya, UMKM harus dilindungi oleh peraturan perundang-undangan terkait operasional dan pembangunan (Suci, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Winda Ardiani dan Zuwina Miraza (2016). Pengaruh	Menggunakan variabel serupa karakteristik	Objek yang digunakan dalam penelitian ini	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh langsung

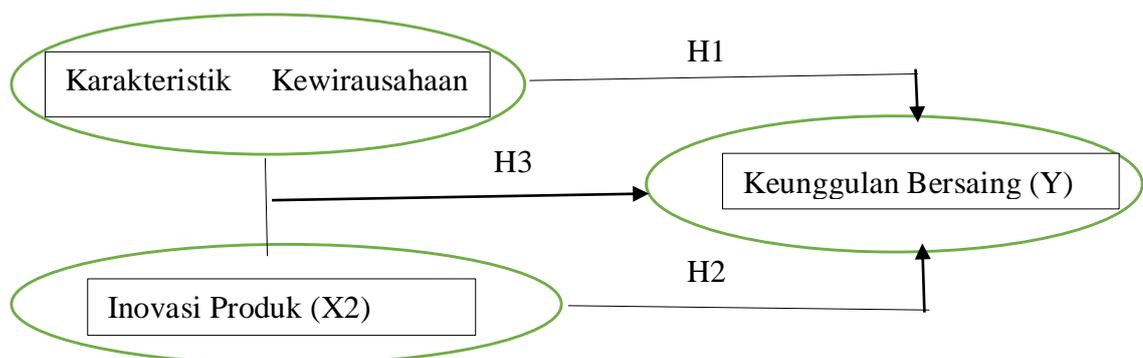
	Karakteristik Kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan kinerja	kewirausahaan & kepuasan keunggulan bersaing	adalah yang membedakannya.	terhadap kinerja pemasaran dan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai intervening.
2	Mohamad Reo Bangun dan Dedi Iskandar Batubara (2021). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan inovasi rasa terhadap keberhasilan usaha mikro pada cv. stella catering medan.	Menggunakan variabel serupa yaitu variabel Karakteristik kewirausahaan & inovasi	Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang membedakannya. Serta variable dependennya yaitu keberhasilan usaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Karakteristik kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro Pada CV. Stella Catering Medan. Inovasi rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro Pada CV. Stella Catering Medan. Nilai Fhitung bernilai positif sebesar $53,421 > F_{tabel} = 2,78$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$
3	Kumala Dewi, Helga (2017). Implementasi Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Dan Karakteristik Wirausaha (Studi Kasus Pada Sentra Keripik Pisang dan Sale	Menggunakan variabel serupa yaitu variabel Karakteristik kewirausahaan & inovasi	Perbedaan penelitian ini adalah objek yang digunakan dan variable dependennya yaitu keberhasilan usaha	Hasil penelitian yang diperoleh dengan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut : Keberhasilan usaha = $1.474 + 0.325*(\text{karakteristik wirausaha}) + 0.777*(\text{inovasi}) + 10.2\% (\epsilon)$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan terhadap Keberhasilan usaha di Sentra

	Pisang di Kabupaten Sumedang).			Industri Keripik Pisang dan Sale Pisang Di Kabupaten Sumedang adalah karakteristik wirausaha dengan kontribusi 49%.
4	Ardianus Laurens Paulus dan Zharah Kusuma Wardhani (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery: peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk	Menggunakan variabel yang sama yaitu variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing	Perbedaan Penelitian ini yaitu pada objek yang digunakan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha cake dan bakery di Kota Madiun
5	Fina Ifrochatun (2019). Pengaruh inovasi produk, kreativitas dan karakteristik wirausaha terhadap keunggulan bersaing	Menggunakan variabel serupa yaitu variabel inovasi produk & karakteristik wirausahaan dan keunggulan bersaing	Perbedaan Penelitian ini yaitu pada objek yang digunakan	Hasil dari uji hipotesis penelitian ini yaitu $Y = 0,227X_1$ Dengan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,019 < 0,05$, $Y = 0,215X_2$ Dengan nilai probabilitas (sig) $0,037 < 0,05$, $Y = 0,232X_3$ dengan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,021 < 0,05$ maka keputusannya ialah hipotesis diterima dan variabel inovasi produk (X1), kreativitas(X2) dan karakteristik

				wirausaha(X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
6	Masithoh, Umi (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (studi kasus pada konsumen UD. Tiga Lombok Kudus)	Menggunakan variabel serupa variabel inovasi & keunggulan bersaing	Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang membedakannya	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variable inovasi produk dan kreatifitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

1. Variabel yang mempengaruhi variabel lain disebut variabel bebas. Inovasi Produk dan Karakteristik Kewirausahaan merupakan variabel bebas penelitian ini.

2. Variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain disebut variabel dependen.

Keunggulan Bersaing (Y) merupakan variabel dependen penelitian.

2.4 Hipotesis penelitian

Tujuan dari hipotesis penelitian adalah untuk mengarahkan dan menawarkan arah mengenai pokok bahasan dan tujuan penelitian. merupakan tanggapan singkat terhadap rumusan masalah penelitian. Berikut adalah permasalahan dalam penelitian ini berdasarkan hipotesis sementara:

- 1) H₀ : Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi oleh Karakteristik Kewirausahaan,
Ha : Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh Karakteristik Kewirausahaan,
- 2) H₀ : Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi oleh Inovasi Produk,
Ha : Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh Inovasi Produk.
- 3) H₀: Keunggulan Bersaing tidak dipengaruhi oleh Inovasi Produk dan Karakteristik Kewirausahaan
Ha: Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh Inovasi Produk dan Karakteristik Kewirausahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Karena perlu dideskripsikan untuk mengungkap dan memperjelas hubungan antara konsep dan realitas, penelitian ini menggunakan jenis metode deskriptif kuantitatif. Strategi ini bertujuan untuk memperjelas pengaruh kualitas layanan., Inovasi product, mengenai karakteristik kewirausahaan Rumah Makan Memey. Kajian ini mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi terkini secara deskriptif. Analisis deskriptif penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang karakteristik kewirausahaan., inovasi produk, terhadap keunggulan bersaing pada Rumah Makan Memey Kota Jambi.

3.2 Tempat dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan inti dari masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Rumah Makan Memey Simpang Rimbo Kota Jambi.

3.3 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer sebagaimana didefinisikan oleh Machfudz (2011) adalah informasi yang dikumpulkan di lapangan melalui observasi, wawancara, dan observasi. Hasil observasi objek fisik, peristiwa atau kegiatan, hasil tes, dan pendapat subjek (orang) semuanya dapat dianggap sebagai data primer..

Pada penelitian ini, data primer diperoleh dengan mengadakan wawancara dengan Karyawan Rumah Makan Memey Kota Jambi dan Konsumen Rumah Makan Memey Jl. Lkr. Barat 3 No.123, Kenali Besar, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36361 .

b. Data Sekunder

Menurut (Machfudz, 2011) informasi opsional adalah sumber informasi yang pemeriksaannya diperoleh secara tidak langsung melalui delegasi atau diperoleh dan direkam oleh berbagai organisasi. Bukti, catatan sejarah, dan laporan

yang telah disusun dalam arsip-arsip juga dikenal sebagai dokumenter yang diterbitkan dan tidak diterbitkan adalah contoh data sekunder. Yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang bersumber dari dokumen-dokumen atau literature-literatur pustaka lainnya.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi

Area generalisasi yang dikenal sebagai populasi terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk diselidiki dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pembeli/pelanggan yang pernah melakukan pembelian di RM Memey Simpang Rimbo Kota Jambi yang jumlahnya belum diketahui secara pasti atau dapat dikatakan berada pada klasifikasi tanpa akhir..

Sampel

Sampel adalah komponen dari total dan fitur populasi. Sampel yang diambil dari populasi yang besar dapat digunakan jika peneliti tidak dapat menyelidiki setiap aspek populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, sumber daya, atau keuangan. Untuk menentukan ukuran, Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini karena ukuran populasi tidak diketahui atau tidak terbatas..

Berikut rumus Lameshow yaitu :

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor *z* pada kepercayaan 95 % = 1,96 *p* = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

96,04 adalah pecahan dari hasil sebelumnya, dan Sugiyono (2019: 143) Seharusnya dibulatkan dalam perhitungan yang menghasilkan pecahan (ada koma). Ukuran sampel penelitian ini adalah 97 responden..

3.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data informasi yang akurat dan mengarah kepada kebenaran diperlukan pembuktian penelitian, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Metode observasi dapat dipahami sebagai pemeriksaan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki; Namun, dalam arti yang lebih luas, observasi mencakup lebih dari sekedar pengamatan yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Data subjek penelitian dapat dikumpulkan secara sistematis dan langsung dengan menggunakan pendekatan ini. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik observasi untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang karakteristik kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing di Restoran Memey, di Kota Jambi.

3.5.2 Angket/Kuesioner

Yang dimaksud dengan “kuesioner” adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden berupa catatan pribadi atau informasi yang mereka kenal. Kuesioner dibagikan kepada responden yang pernah membeli di Rumah Makan Memey di Kota Jambi melalui pernyataan tertutup dan langsung mengenai variabel karakteristik kewirasahaan\, inovasi produk, dan keunggulan bersaing

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata “document” yang berarti sesuatu yang tertulis. Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mencermati hal-hal tertulis seperti buku, majalah, dokumen, jurnal, dan sebagainya. Melalui pendokumentasian ini, strategi pengumpulan informasi secara verbal dalam rangka mendukung karakteristik, kemajuan barang, dan keunggulan bersaing Rumah Makan Memey di Kota Jambi dikaitkan dengan sejarah dan geologi, visi dan misi serta keadaan Rumah Makan Memey di Kota Jambi.

3.6 Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan teknik Random Sampling atau simple random sampling yaitu pengambilan sampel sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian atau segmen populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Ada berbagai macam metode pengambilan sampel, tetapi pengambilan sampel acak sederhana adalah yang digunakan dalam penelitian ini..

3.7 Variabel Penelitian

Tabel berikut memberikan skala pengukuran untuk setiap variabel dan definisinya.:

Tabel 3. 1 Definisi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Karakteristik Kewirausahaan . (X1)	Menurut Eddy Soeryanto soegoto (2009:3) Karakteristik seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya diri 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Berani mengambil risiko 4. Jiwa kepemimpinan 5. Orisinalitas tinggi 	Ordinal
Inovasi Produk (X2)	Menurut Sirigar (2012), inovasi adalah kapasitas perusahaan untuk mengembangkan produk atau proses baru untuk pemecahan masalah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan relative 2. Kerasian/kesesuaian 3. Kekomplekan 4. Ketercobaan 5. Keterlihatan 	Ordinal
Keunggulan Bersaing (Y)	Menurut (Kotler & Amstrong, 2001:322) dalam Aprizal (2018:46) Keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga 2. Kualitas 3. Time to market (Waktu Pasar) 	Ordinal

	yang mendukung penetapan harga lebih mahal		
--	--	--	--

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner kepada responden langsung, yang akan digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan karakteristik kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan lima kemungkinan jawaban dan bobot pertanyaan tentang ketentuan skala likert.:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Simbol	Keterangan	Bobot/Nilai
1. STS	1. Sangat tidak setuju	1
2. TS	2. Tidak Setuju	2
3. N	3. Netral	3
4. S	4. Setuju	4
5. SS	5. Sangat Setuju	5

1. Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan jawaban jawaban dari konsumen dan melakukan klasifikasi pada jawaban tersebut. Menurut Umar husein (2010) menentukan rentang skala dapat menggunakan rumus:

Keterangan : RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban

$$RS = n \frac{m-1}{m}$$

$$\text{Rentang Skala} = 97 \frac{5-1}{5}$$

$$RS = 77,6$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor terendah} &= n \times \text{skor terendah} \\ &= 97 \times 1 \\ &= 97 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor tertinggi} &= n \times \text{skor tertinggi} \\ &= 97 \times 5 \\ &= 485 \end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan skala liker 1-5 maka kategori pengkalifikasikan untuk variable dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 3. 3 Rentang Skala

No	Rentang Nilai	Keterangan
1	97 - 174,6	Sangat tidak setuju
2	174,7 - 252,2	Tidak Setujn
3	252,3 - 329,8	Netral
4	329,9 - 407,4	Setuju
5	407,5 - 485	Sangat Setuju

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Keakuratan uji validasi adalah selisih antara data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi pada subjek penelitian. Pada penelitian ini digunakan

perangkat lunak komputer SPSS Versi 26 untuk menghitungnya. Tes akan mencapai sasaran dan menunjukkan lebih banyak dari apa yang seharusnya ditunjukkan jika tingkat validitas yang dicapai lebih tinggi. Uji validitas ini menggunakan validitas internal, artinya kriteria yang digunakan berasal dari dalam test itu sendiri, dan masing-masing item variabel dikorelasikan dengan nilai total koefisien korelasi product moment. Item yang dimaksud dihilangkan jika koefisien korelasinya lebih rendah dan tidak signifikan secara statistik. 5% digunakan sebagai tingkat signifikan. nilai hubungan semua hal yang disesuaikan yang tidak benar-benar r tabel menunjukkan bahwa penyelidikan tidak dapat mengukur variabel yang perlu Anda ukur, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, penyelidikan itu sah.

2. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas adalah lanjutan dari uji validitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai karakteristik kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing konsisten. Software SPSS 26 for Windows digunakan untuk uji reliabilitas penelitian ini, yang menggunakan uji statistik Cronbach Alpha Coefficient(α) untuk mengukur reliabilitas. Jika sebuah konstruk atau variabel memiliki nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,60, maka dianggap reliabel..

3.9 Pengolahan Data

1. Analisis Regresi linear berganda.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini. Tujuan analisis penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel dependen Keunggulan Bersaing Restoran Memey Simpang Rimbo Kota Jambi dipengaruhi oleh variabel independen karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Produk. Data yang digunakan dalam regresi linier berganda ini adalah jawaban kuesioner. Langkah-langkah berikut dapat dilakukan untuk memastikan bentuk fungsi model regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Keunggulan Bersaing

a = Bilangan konstan atau nilai tetap

X1 = Variabel Karakteristik Kewirausahaan

X2 = Variabel inovasi Produk

B1- B2= Koefisien regresi variabel independen

e = Kuantitas positif yang sangat kecil

Mendeteksi variabel x dan y yang akan dimasukkan (entry) pada analisis Regresi diatas dengan bantuan software sesuai perkembangan yang ada dengan menggunakan software SPSS 26.

3.10 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi software SPSS versi 26.

a. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat yang harus dipenuhi untuk analisis regresi linear berganda. Untuk mendapatkan estimasi, perlu dilakukan pengujian asumsi tradisional sebelum melakukan analisis data (Sunyoto, 2011).

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi akhir berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan metode *one sample kolmogrov smirnov test*. Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05 maka ketentuan analisis untuk variabel independen atau dependen berdistribusi normal, sedangkan

jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013)

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui pengaruh prediksi dari setiap variabel. Menurut Ghozali (2013), Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factors*). Adanya multikolinieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10 .

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali, bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan metode glejser sebagai cara untuk melakukan uji heterokedastisitas. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu Model dinyatakan tidak terjadi heteroskedestisitas jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05

b. Pengujian hipotesis

1) Uji-T (Parsial)

Uji- t menunjukkan pengaruh satu variabel bebas/independen secara individual terhadap variabel terikat/dependen. Jika nilai signifikansi variabel $< 0,05$, maka dapat di simpulkan bahwa secara parsial variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Namun jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tida ada pengaruh diantara variabel independen dan dependen.

2) Uji-F (Simultan)

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ kurang dari 5%, maka baik H_0 maupun H_a ditolak, atau kedua variabel bebas dan variabel terikat dipengaruhi secara bersamaan. Menurut Ghozali (2013), jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ kurang dari 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau variabel independen saja tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat memberi tahu Anda apakah variabel dependen dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel independen atau tidak. Sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dapat digunakan untuk menentukan nilai koefisien determinasi. Sebaliknya variabel bebas akan semakin kecil dan kurang dapat menjelaskan variabel terikat jika nilai R^2 semakin jauh dari 1 (Ghozali, 2013).

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Profil Rumah Makan Memey Simpang Rimbo

Rumah makan memey merupakan rumah makan yang bergerak di bidang jasa penyediaan kebutuhan pangan, menyediakan dan menawarkan jasa pemenuhan kebutuhan pangan serta pelayanan yang menyertai kepada para konsumen. RM Memey menyediakan berbagai menu makanan yang lengkap mulai dari makanan pembuka, menu utama, makanan penutup, dan banyak pilihan minuman. Rumah Makan ini memiliki konsep seperti rumah makan padang, tempat makan yang sangat memanjakan pengunjung dalam menyantap semua hidangan. Rumah makan ini mulai dibangun pada tahun 2010, dan beroperasi untuk yang pertama kali tepatnya pada tanggal 23 Maret 2010. Nama RM “Memey” sendiri dirasa tepat oleh sang pemilik (Eko Saputra) untuk diberikan pada rumah makan ini dikarenakan Memey merupakan nama adik perempuan sang pemilik.



Gambar 4. 1 Rumah Makan Memey

4.2 Lokasi Rumah Makan Memey

RM Memey mempunyai lokasi usaha yang strategis, yaitu terletak di Jalan Lingkar Barat 3, Kenali Besar, Kota Jambi, Jambi. Lokasi RM Memey ini berada di pinggir jalan sehingga memudahkan pelanggan untuk berkunjung ke lokasi.

4.3 Visi dan Misi Perusahaan

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:

Menjadi rumah makan terbaik dan terpercaya di wilayah yang dioperasikan, dengan menyajikan makanan yang lezat, sehat, dan berkualitas tinggi kepada pelanggan.

b. Misi:

1. Menyajikan makanan lezat dan sehat dengan menggunakan bahan baku segar dan berkualitas tinggi.
2. Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada setiap pelanggan.
3. Menjaga kebersihan dan keamanan makanan untuk memastikan kesehatan pelanggan.
4. Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis.
5. Mengembangkan produk dan layanan yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan pasar dan kebutuhan pelanggan.

4.4 Logo Perusahaan

Logo perusahaan adalah simbol atau gambar yang digunakan untuk merepresentasikan identitas sebuah perusahaan atau merek. Logo perusahaan menjadi salah satu aspek penting dalam branding dan pemasaran suatu perusahaan, karena logo perusahaan dapat membantu membangun citra merek dan mengkomunikasikan pesan tertentu kepada pelanggan dan pasar. Logo perusahaan yang efektif dan menarik dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, menciptakan identitas merek yang kuat, dan membedakan merek dari pesaing di pasar.



Gambar 4. 2 Logo Rumah Makan Memey

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Karakteristik Responden

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket (google form) kepada 97 responden yang pernah membeli di rumah makan memey di Jalan Lingkar Barat 3, Kenali Besar, Kota Jambi. Diperoleh gambaran frekuensi karakteristik berupa jenis kelamin, usia, Pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

5.1.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 5. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	49	50,5
2	Perempuan	48	49,5
	Total	97	100

Berdasarkan table tersebut dapat diketahui bahwa dari 97 responden ada 50,5 % responden 49 orang yang berjenis laki-laki, jumlah ini lebih banyal dibandingkan responden berjenis kelamin perempuan yang haya 49,5 % 48 orang responden

5.1.1.2 Karakteristik Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai jenis umur responden sebagai berikut :

Tabel 5. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	12	12,3
2	21-30 Tahun	52	53,8
3	31- 40 Tahun	19	19,5
4	40 Tahun >	14	14,4
Total		97	100

Berdasarkan tabel 5.2 dapat disimpulkan bahwa responden yang dominan membeli di rumah makan memey yaitu responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 52 orang persentase 53,8 %.

5.1.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai Pekerjaan sebagai berikut :

Tabel 5. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar / Mahasiswa	35	36,3
2	PNS / BUMN	7	7,2
3	Wiraswasta	22	22,6
4	Pegawai Swasta	21	21,6
5	Tidak Bekerja	12	12,3
Total		97	100

Berdasarkan tabel 5.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang dominan membeli di rumah makan memey yaitu responden yang memiliki pekerjaan pelajar / mahasiswa sebanyak 35 orang dengan persentase 36,3 %

5.1.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, diperoleh data mengenai Pendidikan Terakhir sebagai berikut :

Tabel 5. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	3	3,1
2	SMP	2	2,1
3	SMA / SMK	81	83,5
4	D3 / S1	11	11,3
	Total	97	100

Berdasarkan tabel 5.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang dominan membeli di rumah makan memey yaitu responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 81 orang dengan persentase 83,5 %

5.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, hasil olahan data primer yang merupakan deskriptip penelitian berdasarkan pendapat responden mengenai variable karakteristik kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing.

5.1.2.1 Gambaran Variabel Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik kewirausahaan terdiri dari 10 pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada 97 responden, hasil tanggapan responden terhadap karakteristik kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 5.5 Gambaran Variabel Karakteristik Kewirausahaan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden						
		STS	TS	N	S	SS	Skor	Ket
1	Pemilik RM Memey adalah orang yang percaya diri	1	3	6	36	52	413	Sangat Baik
2	Pemilik RM Memey Mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha	0	1	15	37	44	428	Sangat Baik
3	Pemilik dan pegawai RM Memey nampak profesional dalam menjalankan tugas nya	0	2	5	41	49	415	Sangat Baik
4	Pemilik dan pegawai selalu memperhatikan hasil produk yang telah dibuat sebelum diberikan ke konsumen	0	3	18	36	40	428	Sangat Baik
5	Pemilik RM Memey memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan efektif dalam situasi yang sulit	0	3	9	39	46	404	baik
6	Pemilik RM Memey selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk	0	3	16	36	42	419	Sangat Baik
7	Pemilik RM Memey memiliki kemampuan untuk memimpin dan mengelola bisnis dengan baik	0	3	12	31	51	408	Sangat Baik

8	Pemilik RM Memey selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan		5	16	28	48	421	Sangat Baik
9	Pemilik RM Memey memiliki kemampuan untuk membuat produk atau layanan yang belum pernah ada sebelumnya di pasar	0	4	24	32	37	410	Sangat Baik
10	Pemilik RM Memey memperluas atau mengembangkan konsep atau tema yang sudah ada sebelumnya	0	3	6	36	52	393	Baik
Jumlah							4139	Sangat baik
Rata-rata Keseluruhan							413,9	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel karakteristik kewirausahaan memiliki skor 413,9 yang berarti termasuk kategori sangat baik. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pernyataan Pemilik RM Memey Mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha & Pemilik dan pegawai selalu memperhatikan hasil produk yang telah dibuat sebelum diberikan ke konsumen dengan skor 428. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan Pemilik RM Memey memperluas atau mengembangkan konsep atau tema yang sudah ada sebelumnya dengan skor 393.

5.1.2.2 Gambaran Variabel Inovasi Produk

Inovasi Produk terdiri dari 10 pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada 97 responden, hasil tanggapan responden terhadap inovasi produk dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 5. 6 Gambaran Variabel Inovasi Produk

No	Pernyataan	Tanggapan Responden						
		STS	TS	N	S	SS	Skor	Ket
1	RM Memey menawarkan menu yang lebih lengkap atau variasi hidangan yang lebih banyak dibandingkan rumah makan sejenis di sekitar	1	1	15	33	47	415	Sangat Baik
2	RM Memey menawarkan layanan atau fasilitas tambahan yang lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan rumah makan sejenis di sekitar	0	10	18	35	34	384	Baik
3	RM Memey memiliki menu atau hidangan sesuai dengan selera dan preferensi saya	0	0	16	36	45	417	Sangat Baik
4	RM Memey memiliki pelayanan dengan standar atau ekspektasi saya	0	2	9	41	45	420	Sangat Baik
5	RM Memey memiliki pelayanan yang cukup membantu dalam menjelaskan menu yang kompleks	0	2	10	43	42	416	Sangat Baik
6	Konsep dan tema yang kompleks di rumah makan ini membuat suasana menjadi lebih menarik dan unik	0	7	20	32	38	392	Baik

7	Saya menemukan menu yang ditawarkan di rumah makan ini sangat beragam dan menarik	0	1	10	29	57	433	Sangat Baik
8	Saya merasa staf yang melayani di rumah makan ini sangat ramah dan membantu	0	0	11	41	45	422	Sangat Baik
9	Saya merasa rumah makan ini mudah ditemukan karena memiliki lokasi yang strategis	0	3	10	37	47	419	Sangat Baik
10	Saya sering melihat logo atau nama dari rumah makan ini di kawasan sekitar simpang rimbo	6	8	23	33	27	358	Baik
Jumlah							4076	Sangat baik
Rata-rata Keseluruhan							407,6	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel Inovasi Produk memiliki skor 407,6 yang berarti termasuk kategori sangat baik. Untuk pernyataan dengan skor tertinggi pada pernyataan Saya menemukan menu yang ditawarkan di rumah makan ini sangat beragam dan menarik dengan skor 433. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan Saya sering melihat logo atau nama dari rumah makan ini di kawasan sekitar simpang rimbo dengan skor 358.

5.1.2.3 Gambaran Variabel Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing terdiri dari 6 pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada 97 responden, hasil tanggapan responden terhadap inovasi produk dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 5. 7 Gambaran Variabel Keunggulan Bersaing

No	Pernyataan	Tanggapan Responden						
		STS	TS	N	S	SS	Skor	Ket
1	Saya merasa harga di rumah makan ini sangat terjangkau dengan kualitas makanan yang disajikan	0	1	16	37	43	413	Sangat Baik
2	Saya merasa harga di rumah makan ini menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing	2	8	27	36	24	363	Baik
3	Saya merasa rumah makan ini menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing	1	2	31	30	33	383	Baik
4	Saya merasa makanan di rumah makan ini selalu segar dan berkualitas.	0	2	14	31	50	420	Sangat Baik
5	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan dan menyajikan makanan di rumah makan ini cukup cepat	0	1	9	32	55	432	Sangat Baik
6	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk membayar di rumah makan ini cukup cepat dan efisien	0	2	10	27	58	432	Sangat Baik
Jumlah							2443	Sangat baik

Rata-rata Keseluruhan	407,1
-----------------------	-------

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel keunggulan bersaing memiliki skor 407,1 yang berarti termasuk kategori sangat baik. Untuk pernyataan dengan skor tertinggi pada pernyataan Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk membayar di rumah makan ini cukup cepat dan efisien dengan skor 432. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan Saya merasa harga di rumah makan ini menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing dengan skor 363.

5.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

5.1.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dan r tabel dengan menggunakan metode Pearson yaitu apabila r hitung $>$ r tabel maka item dapat dinyatakan valid, begitupun sebaliknya. Pada tabel dibawah ini diperoleh r tabel sebesar 0,1956 dengan melihat tabel *degree of freedom* dengan signifikansi 5% dan jumlah sampel 97.

Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas Karakteristik Kewirausahaan

Indikator	R_{hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
X1.1	0,629	0,1956	Valid
X1.2	0,735	0,1956	Valid
X1.3	0,742	0,1956	Valid
X1.4	0,719	0,1956	Valid
X1.5	0,761	0,1956	Valid
X1.6	0,687	0,1956	Valid
X1.7	0,827	0,1956	Valid
X1.8	0,530	0,1956	Valid
X1.9	0,723	0,1956	Valid
X1.10	0,763	0,1956	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 5.8 diatas menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada semua item pernyataan X1, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel 5. 9 Hasil Uji validitas Inovasi Produk

Indikator	R Hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,650	0.1956	Valid
X2.2	0,727	0.1956	Valid
X2.3	0,662	0.1956	Valid
X2.4	0,674	0.1956	Valid
X2.5	0,752	0.1956	Valid
X2.6	0,685	0.1956	Valid
X2.7	0,596	0.1956	Valid
X2.8	0,678	0.1956	Valid
X2.9	0,708	0.1956	Valid
X2.10	0,569	0.1956	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 5.9 Diatas menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada semua item pernyataan X2, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian variabel X2 dinyatakan valid.

Tabel 5. 10 Hasil Uji validitas Keunggulan Bersaing

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1.1	0,736	0.1956	Valid
Y1.2	0.595	0.1956	Valid
Y1.3	0,738	0.1956	Valid
Y1.4	0,580	0.1956	Valid
Y1.5	0,622	0.1956	Valid
Y1.6	0,702	0.1956	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada semua item pernyataan Y, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian variabel Y dinyatakan valid.

5.1.3.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah lanjutan dari uji validitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai karakteristik kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing konsisten. Software SPSS 26 for Windows digunakan untuk uji reliabilitas penelitian ini, yang menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha Coefficient* (α) untuk mengukur reliabilitas. Jika sebuah konstruk atau variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, maka dianggap reliabel.

Tabel 5. 11 Hasil Uji reliabilitas karakteristik kewirausahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,910	10

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat abhwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,910 yang lebih besar dari 0,06. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kuesioner pada variabel karakteristik kewirausahaan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau tingkat konsisten instrumen yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten.

Tabel 5. 12 Hasil Uji reliabilitas inovasi produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,879	10

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,879 yang lebih besar dari 0,06. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kuesioner pada variabel inovasi produk yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau tingkat konsisten instrumen yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten.

Tabel 5. 13 Hasil Uji reliabilitas keunggulan bersaing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	6

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,820 yang lebih besar dari 0,06. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kuesioner variabel keunggulan bersaing yang digunakan dalam penelitian ini dapat

dikatakan reliabel atau tingkat konsisten instrumen yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten.

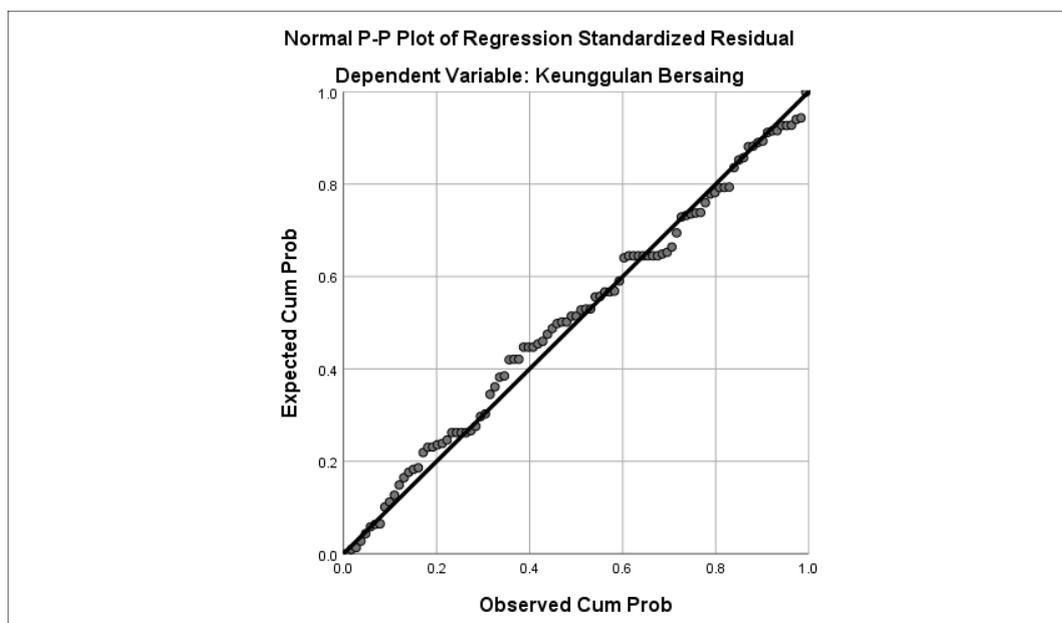
5.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat yang harus dipenuhi untuk analisis regresi linear berganda. Untuk mendapatkan estimasi, perlu dilakukan pengujian asumsi tradisional sebelum melakukan analisis data (Sunyoto, 2011).

5.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi akhir berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan metode *one sample kolmogrov smirnov test*. Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05 maka ketentuan analisis untuk variabel independen atau dependen berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot



Dasar pengambilan keputusan dengan metode grafik adalah jika titik-titik tersebar mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi dengan normal dan sebaliknya jika titik-titik menyebar tidak mengikuti garis diagonal maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Tabel 5. 14 Hasil Uji normalitas metode *one sample kolmogrov-smirnov test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94400295
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.049
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Nilai statistik dengan metode *one sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi secara normal.

5.1.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini digunakan untuk mengetahui pengaruh prediksi dari setiap variabel. Menurut Ghozali (2013), Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factors*). Adanya multikolinieritas ditunjukkan dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10 . Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 5. 15 Hasil Uji Multikolinieritas

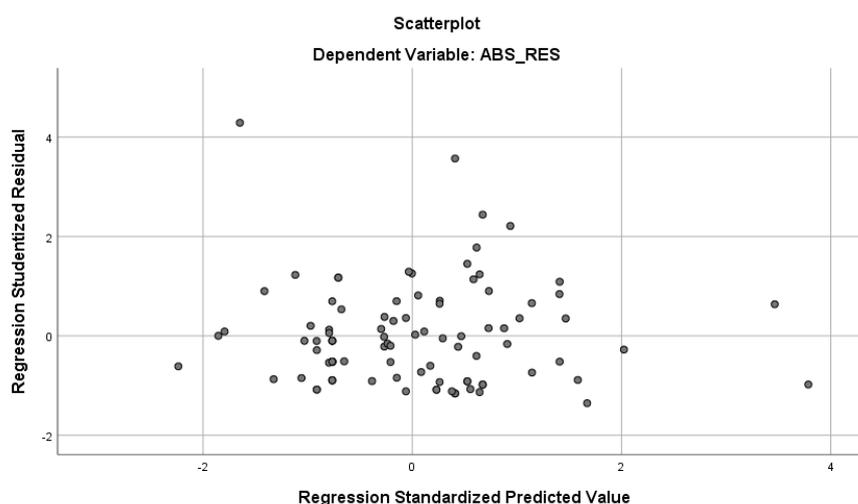
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Karakteristik Kewirasusahaan (X1)	0,290	3,443
	Inovasi Produk (X2)	0,290	3,443

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Semua variabel mempunyai nilai toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas. Variabel Karakteristik Kewirasusahaan memiliki nilai *tolerance* 0,290 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 3,443 lebih kecil dari 10 sehingga variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas. Inovasi Produk memiliki nilai *tolerance* 0,290 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 3,443 lebih kecil dari 10 sehingga variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

5.1.4.3 Uji Heteroskedasistas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedasitas yang dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 5. 2 Hasil Uji Heteroskedasitas

Jika pola pada scatterplot menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang jelas, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan grafik scatterplot diatas, dapat diketahui bahwa pola pada scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat diartikan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5.1.5 Analisis regresi linier berganda

Bertujuan mengetahui bagaimana hubungan secara linear antara variabel independen yaitu Karakteristik Kewirausahaan (X1) dan Inovasi produk (X2) dengan variabel dependen yaitu keunggulan bersaing (Y). Dari pengolahan data menggunakan SPSS 2.6 maka didapat data sebagai berikut:

Tabel 5. 16 Hasil Analisis regresi linier berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.591	1.522		1.702	.092
	Karakteristik Kewirasusahaan (X1)	.262	.062	.440	4.235	.000
	Inovasi Produk (X2)	.272	.065	.435	4.187	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 5.14 diatas maka persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,591 + 0,262 X_1 + 0,272 X_2$$

1. Konstanta (a) = 2,591

Jika semua variabel independen (Karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk) dianggap tidak ada atau nol (0) maka nilai variabel dependen (keunggulan bersaing) akan bernilai 2,591.

2. Karakteristik Kewirausahaan $X_1 = 0,262$

Nilai regresi Karakteristik Kewirausahaan adalah 0,262 artinya setiap peningkatan Karakteristik Kewirausahaan (X_1) sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,262

- a. Inovasi produk $X_2 = 0,272$ Nilai koefisien regresi Inovasi produk adalah 0,272 artinya setiap peningkatan Inovasi produk (X_2) sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,272.

5.1.6 Pengujian Hipotesis

5.1.6.1 Uji -T (Parsial)

Uji- t menunjukkan pengaruh satu variabel bebas/independen secara individual terhadap variabel terikat/dependen. Jika nilai signifikansi variabel $< 0,05$, maka dapat di simpulkan bahwa secara parsial variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Namun jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh diantara variabel independen dan dependen.

Tabel 5. 17 Hasil Uji-t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.591	1.522		1.702	.092
	Karakteristik Kewirausahaan (X1)	.262	.062	.440	4.235	.000
	Inovasi Produk (X2)	.272	.065	.435	4.187	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Hasil uji t pada variabel Karakteristik kewirausahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yakni $< 0,05$ maka disimpulkan variabel Karakteristik kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hasil uji t pada variabel inovasi produk memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yakni $< 0,05$ maka disimpulkan variabel inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

5.1.6.2 Uji F (Simultan)

Uji f simultan digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing secara simultan. Jika nilai signifikansi kurang dari 5%, maka baik H_0 maupun H_a ditolak, atau kedua variabel bebas dan variabel terikat dipengaruhi secara bersamaan. Menurut Ghozali (2013), jika nilai signifikansi besar dari 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, atau variabel independen saja tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5. 18 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	884.867	2	442.434	112.465	.000 ^b
	Residual	369.793	94	3.934		
	Total	1254.660	96			
a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)						
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X_2), Karakteristik Kewirausahaan (X_1)						

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 5.18 diatas menunjukkan bahwa hasil uji f diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing .

5.1.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat memberi tahu Anda apakah variabel dependen dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel independen atau tidak. Sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dapat digunakan untuk menentukan nilai koefisien determinasi. Sebaliknya variabel bebas akan semakin

kecil dan kurang dapat menjelaskan variabel terikat jika nilai R^2 semakin jauh dari 1 (Ghozali, 2013).

Tabel 5. 19 Hasil uji Koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.699	1.983
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X_2), Karakteristik Kewirausahaan (X_1)				
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)				

Berdasarkan tabel 5.19 menunjukkan bahwa nilai adjusted r square pada penelitian ialah sebesar 0,699 Hal ini menunjukkan Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk sebesar 69,9% sedangkan sisanya 30,1 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Koefisien regresi (BETA)	Koefisien Korelasi	R Square	SE	Nilai	SR	Nilai	pengaruhnya
0,435	0,806	70,5	X1	35,061	X1	0,497	49,73
0,440	0,806		X2	35,464	X2	0,503	50,30
			R square	70,525	total	1	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa nilai dari SR pada penelitian ini ialah sebesar 0,497 untuk X1 dan X1 0,503. Hal ini menunjukan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh sebesar 49,73 % sedangkan Inovasi Produk Sebesar 50,30 % sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Inovasi Produk berpengaruh lebih besar.

5.2 PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas setiap pernyataan pada variable penelitian telah dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan pada uji reliabilitas nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,60, maka dianggap reliable.

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan ialah regresi linier berganda sehingga dilakukan uji asumsi klasik sebelum masuk ke dalam analisis regresi linier berganda. Pada uji asumsi klasik data penelitian termasuk ke dalam data normalitas dilihat dari gambar grafik p-plot dan hasil nilai signifikansi dari uji Kolmogorov Smirnov telah memenuhi syarat asumsi normalitas. Kemudian pada uji multikolonieritas nilai $VIF < 10$ selain itu jika dilihat pada nilai tolerance maka terlihat bahwa nilai tolerance $> 0,10$, sehingga antara variabel bebas tidak terjadi multikolonieritas. Pada uji heteroskedastisitas model regresi tidak membentuk pola tertentu dalam grafik sehingga tidak mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

a. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Karakteristik kewirausahaan merupakan variabel bebas yang diteliti dan diuji pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan hasil uji t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dapat diartikan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pada interpretasi regresi linier berganda nilai koefisien variabel karakteristik kewirausahaan bertanda positif terhadap keunggulan bersaing dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,262. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel karakteristik kewirausahaan dinaikkan 1 point atau satuan sementara, maka variabel keunggulan bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,262.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti yang dilakukan oleh Windah ardiani dan Zuwina Miraza (2016) yang memiliki variabel hampir serupa dengan judul Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Menunjukkan hasil yang sama yaitu Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Pemilik RM Memey sebaiknya lebih meningkatkan lagi kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan efektif dalam situasi yang sulit, Sebagai pemilik bisnis, kemampuan tersebut menjadi sangat penting karena banyak keputusan besar yang harus diambil setiap hari. Namun, meskipun memiliki kemampuan tersebut, tidak ada salahnya untuk selalu berusaha meningkatkan kemampuan dan mempertimbangkan masukan dari orang-orang terdekat atau pakar di bidangnya. Dengan terus berlatih dan memperluas wawasan, kemampuan dalam mengambil keputusan dapat semakin terasah dan berdampak positif pada kesuksesan bisnis.

Pemilik RM Memey sebaiknya memperluas atau mengembangkan konsep atau tema yang sudah ada sebelumnya dapat menjadi strategi yang cerdas dalam mengembangkan bisnis. Dengan mengambil konsep yang sudah terbukti berhasil dan memberikan sentuhan kreatif yang baru, bisnis dapat menarik minat pelanggan yang lebih luas dan memperkuat citra merek.

b. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi Produk merupakan salah satu variabel bebas yang diteliti dan diuji pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan hasil uji t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dapat diartikan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pada interpretasi regresi linier berganda nilai koefisien variabel inovasi produk bertanda positif terhadap keunggulan bersaing dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,272. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel inovasi dinaikkan 1 point atau satuan sementara, maka variabel keunggulan bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,272.

Hasil penelitian ini Sejalan dengan Peneliti yang dilakukan oleh Rr Dimas Veronica Priharti, Tati Herlina dan Nurul Hakiki (2021), yang memiliki variabel hampir serupa dengan judul Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk

Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Kreatif menunjukkan hasil yang sama, yaitu inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

RM Memey Seharusnya lebih bisa memanfaatkan potensi dari menu yang ada yaitu tempoyak, dimana menu tersebut tidak tersedia dengan para pesaing di sekitar lokasi RM memey, Dengan begitu, RM dapat menarik minat pelanggan dan memperluas pasar dengan menawarkan menu yang berbeda dari RM lainnya. Selain itu, memperkenalkan tempoyak ke luar daerah juga dapat membantu mempromosikan kekayaan kuliner Indonesia dan meningkatkan daya tarik pariwisata di daerah tersebut.

Dan papan nama/logo yang kurang terlihat dari sisi jalan utama, Jika papan nama/logo kurang terlihat, hal tersebut dapat mengurangi daya tarik bisnis dan membuat pelanggan kesulitan dalam menemukan lokasi bisnis tersebut. Oleh karena itu, penting bagi pemilik bisnis untuk memperbaiki tampilan papan nama atau logo agar lebih terlihat dan mencolok

c. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan variabel terikat yang diteliti dan diuji. Hasil penelitian ini ditunjukkan dengan hasil uji F menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan/besama-sama mempengaruhi keunggulan bersaing secara signifikan. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,699.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti yang dilakukan oleh Ardianus Laurens Paulus dan Zharah Kusuma Wardhani (2018), yang memiliki variabel hampir serupa dengan judul Keunggulan Bersaing Usaha Cake dan Bakery: peran Orientasi Pasar, Orientasi kewirausahaan, dan Inovasi produk Menunjukkan hasil bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh

positif signifikan terhadap keunggulan bersaing usaha cake dan bakery di Kota Madiun.

Jika harga produk tidak diketahui sehingga konsumen beranggapan produk yang dijual terkesan mahal, sebaiknya disediakan papan harga atau table harga agar konsumen dapat mengetahui harga produk dengan jelas. Dengan mengetahui harga yang sebenarnya, konsumen dapat mempertimbangkan kembali apakah produk tersebut sepadan dengan harga yang ditawarkan dan tidak merasa ditipu. Selain itu, papan harga juga dapat memberikan kesan profesional dan transparan dalam berbisnis serta membantu memudahkan konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan anggaran mereka.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 antara karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan/bersama-sama terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan memey dan keunggulan bersaing dipengaruhi oleh karakteristik kewirausahaan dan inovasi produk sebesar 69,9% sedangkan sisanya 30,1 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
2. Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan memey dan besarnya pengaruh variabel inovasi produk adalah 50,30 % dan karakteristik kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada rumah makan memey dan besarnya pengaruh variabel karakteristik kewirausahaan adalah 49,73 % ,maka dapat dikatakan bahwa variabel inovasi produk adalah variabel yang paling berpengaruh karena dari variabel ini sendiri banyak terdapat inovasi produk yang cukup berbeda.

6.2 Saran

1. Pemilik RM Memey lebih memperluas atau mengembangkan konsep tema yang sudah ada sebelumnya.
2. Pemilik RM Memey lebih memperhatikan lagi letak logo rumah makan agar lebih terlihat di kawasan simpang rimbo.
3. Pemilik RM Memey lebih memperhatikan lagi harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing agar dapat bersaing.

4. Disarankan peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel sebagai pengukuran yang lebih luas sehingga dapat diketahui lebih lanjut mengenai pengaruh variabel terhadap keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianus Laurens Paulus dan Zharah Kusuma Wardhani (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery: peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. *JURNAL MANAJEMEN ISSN Print: 0285-6911 ISSN Online: 2528-1518*
- Baitul Atika (2021) Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pempek selamat kota jambi pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pempek selamat kota jambi. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan THaha Saifuddin Jambi*.
- Fadly, M, A , & Raeny, D, S (2018). Pengaruh perilaku kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha (Survey Pada : Sentra Industri Kerupuk Ciparay). *Diploma Thesis Universitas Komputer Indonesia*
- Fina Ifrochatun (2019). Pengaruh inovasi produk, kreativitas dan karakteristik wirausaha terhadap keunggulan bersaing. *Skripsi Universitas Pelita Bangsa*
- Haryono, Tulus, dan Siti Khoiriyah (2012). “Pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (studi kasus pada UMKM di Surakarta).” *Jurnal Online Universitas Negeri Sebelas Maret*.
- Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.42
- Kumala Dewi, Helga (2017). Implementasi Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Dan Karakteristik Wirausaha (Studi Kasus Pada Sentra Keripik Pisang dan Sale Pisang di Kabupaten Sumedang). *Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia*
- Lili Adi Wibisono dan Donni Juni Priansa, Manajemen Komunikasi dan Pemasaran,(Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 117

- Masithoh, Umi (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (studi kasus pada konsumen UD. Tiga Lombok Kudus). *Undergraduate thesis, IAIN KUDUS*
- Mohamad Reo Bangun dan Dedi Iskandar Batubara (2021). Pengaruh karakteristik kewirausahaan dan inovasi rasa terhadap keberhasilan usaha mikro pada cv. stella catering medan. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*
- Mohammad Khilmi (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Loyalitas Pelanggan Lion Air Di Surabaya. *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*
- Rika Deri Kurniasari, Pengaruh harga, inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus pada produk kerajinan eceng gondok (Akar), *Universitas Negeri Yogtakarta, 2018.*
- RM Yordan A., Djasuro., S., & Fauzi, S (2017) ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*
- Satria Haris Saputra (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Mama Cabang Ampang Di Kota Padang. *Skripsi Universitas Bung Hatta.*
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, 1997, Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan, Gajah Mada Uneversity Press, Yokyakarta, hal. 2
- Sugiono, 2012, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, hal. 56
- Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, cet-5, (Bandung:Alfabeta, 2016), hlm.148
- Sugiyono, Metode Penelitian Manajemen, cet-5, (Bandung:Alfabeta, 2016), hlm.149

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Cet-14, (Jakarta: Rineka Cipta,2010), Hlm. 194

Sutrisno Hadi, “Metedologi Research Jilid I”, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi *Universitas Gadjah Mada*, 1991), hal. 136

Winda Ardiani dan Zuwina Miraza (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan kinerja. *Jurnal Ilmiah AMIK Labuhan Batu Vol.4 No.1 /Januari/2016*

Yusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012. Hlm.14

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya Fransisco Saputra, Mahasiswa Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Saya sedang menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Rumah Makan Memey Simpang Rimbo Kota Jambi”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya. Sehubungan dengan skripsi tersebut saya menyebarkan kuesioner sebagai instrumen penelitian.

Mohon Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut akan saya jamin kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk keperluan skripsi saya.

Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan Terimah Kasih

Jambi, April 2023

Fransico Saputra

KUESIONER PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

IDENTITAS RESPONDEN

-NAMA : _____

-NO HP : _____

-JENIS KELAMIN Laki-laki Perempuan

-UMUR <20 Tahun 21-30 Tahun

31-40 Tahun >40 Tahun

-PEKERJAAN Pelajar/Mahasiswa PNS/BUMN

Pegawai Swasta Wiraswasta

Tidak Bekerja

-TINGKAT PENDIDIKAN : _____

PETUNJUK PENGISIAN

Kami telah menyediakan berbagai pernyataan untuk anda jawab. setiap butir pernyataan hanya boleh dijawab satu kali dengan mencentang salah satu kotak dari lima pilihan kotak yang disediakan. anda akan melihat lima kotak dengan kode sts, ts, n, s, ss. adapun maknanya adalah:

STS (SANGAT TIDAK SETUJU)

TS (TIDAK SETUJU)

N (NETRAL)

S (SETUJU)

SS (SANGAT SETUJU)

Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas dari Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

Variabel Karakteristik Kewirausahaan

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Percaya Diri						
1	Pemilik RM Memey adalah orang yang percaya diri					
2	Pemilik RM Memey Mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha					
Orientasi Pada Tugas dan hasil						
3	Pemilik dan pegawai RM Memey nampak profesional dalam menjalankan tugas nya					
4	Pemilik dan pegawai selalu memperhatikan hasil produk yang telah dibuat sebelum diberikan ke konsumen					
Berani Mengambil Resiko						
5	Pemilik RM Memey memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan efektif dalam situasi yang sulit					
6	Pemilik RM Memey selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk					
Jiwa Kepemimpinan						

7	Pemilik RM Memey memiliki kemampuan untuk memimpin dan mengelola bisnis dengan baik					
8	Pemilik RM Memey selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan					
Orisinalitas tinggi						
9	Pemilik RM Memey memiliki kemampuan untuk membuat produk atau layanan yang belum pernah ada sebelumnya di pasar					
10	Pemilik RM Memey memperluas atau mengembangkan konsep atau tema yang sudah ada sebelumnya					

Variable Inovasi Produk

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
	Keunggulan Relatif					
11	RM Memey menawarkan menu yang lebih lengkap atau variasi hidangan yang lebih banyak dibandingkan rumah makan sejenis di sekitar					
12	RM Memey menawarkan layanan atau fasilitas tambahan yang lebih baik atau					

	lebih lengkap dibandingkan rumah makan sejenis di sekitar					
	Kesesuaian					
13	RM Memey memiliki menu atau hidangan sesuai dengan selera dan preferensi saya					
14	RM Memey memiliki pelayanan dengan standar atau ekspektasi saya					
	Kekomplekan					
15	RM Memey memiliki pelayanan yang cukup membantu dalam menjelaskan menu yang kompleks					
16	Konsep dan tema yang kompleks di rumah makan ini membuat suasana menjadi lebih menarik dan unik					
	Ketercobaan					
17	Saya menemukan menu yang ditawarkan di rumah makan ini sangat beragam dan menarik					
18	Saya merasa staf yang melayani di rumah makan ini sangat ramah dan membantu.					
	Keterlihatan					

19	Saya merasa rumah makan ini mudah ditemukan karena memiliki lokasi yang strategis					
20	Saya sering melihat logo atau nama dari rumah makan ini di kawasan sekitar simpang rimbo					

Variable Keunggulan Bersaing

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Harga						
21	Saya merasa harga di rumah makan ini sangat terjangkau dengan kualitas makanan yang disajikan					
22	Saya merasa harga di rumah makan ini menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing					
Kualitas						
23	Saya merasa rumah makan ini menawarkan produk yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan pesaing					
24	Saya merasa makanan di rumah makan ini selalu segar dan berkualitas.					
Time to market (waktu pasar)						

25	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk mempersiapkan dan menyajikan makanan di rumah makan ini cukup cepat					
26	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk membayar di rumah makan ini cukup cepat dan efisien					

Lampiran 2. Data Penelitian Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir
1	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMK
2	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
3	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
4	Perempuan	< 20 Tahun	SMK
5	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
6	Perempuan	< 20 Tahun	Madrasah Aliyah
7	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	PENDIDIKAN S1
8	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	SMK
9	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	S1
10	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
11	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
12	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
13	Laki -Laki	< 20 Tahun, 21 Tahun - 30 Tahun	SMK
14	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
15	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
16	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMK
17	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
18	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
19	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SLTA Sederajat
20	Perempuan	< 20 Tahun	SMK
21	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
22	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SLTA
23	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMK

24	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
25	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMA
26	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
27	Perempuan	< 20 Tahun	SMAN 1 Sungai Lilin
28	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	SMK
29	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
30	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
31	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
32	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMP
33	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
34	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	D3 Keperawatan
35	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
36	Perempuan	< 20 Tahun	SD
37	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	SMK
38	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	S1
39	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	S1
40	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	S1
41	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMA
42	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SPK
43	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
44	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
45	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	S1
46	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
47	Laki -Laki	< 20 Tahun	SD
48	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
49	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMA

50	Perempuan	> 40 Tahun	SMA
51	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
52	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	Sekolah Menengah Atas
53	Perempuan	< 20 Tahun	SD
54	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMK
55	Laki -Laki	< 20 Tahun	SMA
56	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMK
57	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
58	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
59	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMP
60	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
61	Laki -Laki	> 40 Tahun	Sarjana
62	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
63	Perempuan	> 40 Tahun	SMK
64	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
65	Perempuan	> 40 Tahun	SMP
66	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
67	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
68	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
69	Laki -Laki	> 40 Tahun	SMA
70	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
71	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
72	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
73	Laki -Laki	> 40 Tahun	Sarjana
74	Laki- Laki	> 40 Tahun	SMA

75	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
76	Perempuan	< 20 Tahun	SMP
77	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
78	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
79	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
80	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
81	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
82	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
83	Perempuan	> 40 Tahun	Sarjana
84	Laki -Laki	< 20 Tahun	SMP
85	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
86	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
87	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
88	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMK
89	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
90	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	SMA
91	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMA
92	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	Sarjana
93	Laki -Laki	31 Tahun - 40 Tahun	D3
94	Laki -Laki	21 Tahun - 30 Tahun	STM
95	Perempuan	> 40 Tahun	SMP
96	Perempuan	21 Tahun - 30 Tahun	SMK
97	Perempuan	31 Tahun - 40 Tahun	SMA

Lampiran 3. Data Penelitian Variabel Karakteristik Kewirausahaan (X1)

Pernyataan											
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	44
2	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	41
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	42
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
10	3	4	3	4	4	3	4	5	3	3	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	5	4	3	5	4	4	3	3	41
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	43
17	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
18	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
19	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	39
20	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
21	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
22	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	47

23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
24	3	4	4	5	3	4	5	5	4	4	41
25	1	5	5	5	5	4	4	5	4	3	41
26	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
29	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	39
30	5	5	5	4	5	3	5	5	3	4	44
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
33	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	45
34	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
35	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	34
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
38	4	2	3	4	3	2	2	4	4	3	31
39	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	42
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
42	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
45	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
46	3	4	5	4	4	4	3	3	3	4	37
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44

75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	3	3	5	2	3	5	3	5	5	5	39
79	3	4	4	5	3	4	3	5	4	5	40
80	4	5	3	4	3	5	2	4	5	2	37
81	5	3	3	4	2	5	4	5	5	2	38
82	3	4	5	3	3	4	3	5	3	3	36
83	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	40
84	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	30
85	3	5	5	4	3	4	3	5	2	3	37
86	5	4	3	4	3	5	3	2	2	4	35
87	4	5	3	5	4	3	3	5	3	4	39
88	5	4	3	4	2	4	3	4	5	3	37
89	3	4	4	4	3	5	5	5	2	4	39
90	2	3	3	4	4	5	4	4	4	3	36
91	5	4	4	4	4	5	4	3	5	3	41
92	5	4	3	4	5	3	3	5	4	3	39
93	5	5	3	4	3	4	4	4	5	2	39
94	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
95	4	4	4	5	4	5	5	2	5	3	41
96	3	4	4	3	5	3	4	5	5	4	40
97	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41

Lampiran 5. Variabel Inovasi Produk (X2)

Pernyataan											
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	39
2	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
5	5	3	5	5	4	3	5	4	5	5	44
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
10	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	3	4	5	5	5	3	4	4	4	1	38
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	41
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
20	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
21	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	36
22	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	45

23	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
24	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
25	3	3	5	5	4	3	5	5	5	1	39
26	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	37
29	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
30	3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	44
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
34	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
35	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	36
36	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	1	3	4	2	3	2	3	3	2	3	26
39	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	45
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	27
42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
45	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	40
46	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	36
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	43

75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
78	4	3	5	4	3	2	5	4	5	4	39
79	5	2	3	4	5	2	5	4	5	1	36
80	5	2	3	3	4	2	5	5	3	1	33
81	5	2	3	3	4	5	5	5	4	2	38
82	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3	37
83	4	3	5	5	3	3	5	3	3	3	37
84	3	4	3	5	3	4	2	4	3	2	33
85	2	2	3	3	3	3	4	4	4	2	30
86	5	2	3	4	5	2	5	4	4	2	36
87	3	5	3	2	4	5	5	4	3	5	39
88	5	2	5	4	4	5	5	4	2	2	38
89	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	36
90	5	5	3	4	4	2	5	5	4	3	40
91	5	2	4	4	5	2	5	5	3	3	38
92	3	2	3	4	4	5	5	5	5	4	40
93	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
94	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	45
95	5	2	4	4	5	5	5	5	4	4	43
96	4	4	3	5	3	4	4	3	4	5	39
97	5	4	4	4	5	3	3	4	3	2	37

Lampiran 5. Data Penelitian Keunggulan Bersaing (Y)

Pernyataan							
No	1	2	3	4	5	6	Total
1	4	4	3	4	4	4	23
2	5	4	4	5	5	5	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	5	4	26
5	5	3	3	4	5	4	24
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	4	5	4	4	27
10	4	3	3	3	3	4	20
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	3	4	5	5	3	25
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	3	3	4	5	23
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	2	3	5	5	4	23
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	3	3	4	4	22
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	3	3	3	4	4	21
22	5	5	5	5	5	5	30

23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	5	4	4	4	5	26
25	5	3	4	5	5	5	27
26	5	3	4	4	4	5	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	3	4	4	4	23
29	4	3	4	4	4	4	23
30	5	3	5	5	5	5	28
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	5	25
34	5	5	5	5	5	4	29
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	3	4	4	4	23
37	3	3	3	4	3	3	19
38	2	4	1	4	3	2	16
39	3	4	4	3	4	4	22
40	3	3	3	3	3	3	18
41	3	3	3	2	3	2	16
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	3	4	4	4	5	25
45	5	4	3	3	4	5	24
46	4	3	3	4	3	4	21
47	5	5	5	2	5	5	27
48	4	4	4	5	5	5	27

49	4	3	5	5	5	5	27
50	5	4	5	5	5	5	29
51	4	3	4	5	5	5	26
52	4	4	4	3	4	5	24
53	4	3	4	4	4	4	23
54	4	3	5	5	5	5	27
55	5	4	4	5	5	5	28
56	5	3	3	5	5	5	26
57	5	4	5	4	4	5	27
58	5	3	3	5	5	5	26
59	3	3	4	5	5	5	25
60	5	5	4	5	5	5	29
61	5	4	4	5	5	5	28
62	3	4	3	3	3	5	21
63	3	5	5	3	5	5	26
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	5	4	5	5	27
67	5	5	5	5	5	4	29
68	5	4	5	5	5	5	29
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	4	4	5	5	5	28
71	5	4	5	5	5	5	29
72	5	4	5	5	5	5	29
73	4	4	5	5	5	5	28
74	5	5	5	5	4	5	29

75	5	5	5	5	5	5	30
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	5	3	3	4	5	3	23
79	3	1	3	4	5	5	21
80	3	1	3	5	5	5	22
81	3	2	3	5	5	5	23
82	3	3	3	3	4	4	20
83	4	3	3	5	2	3	20
84	3	2	3	3	4	3	18
85	3	4	2	4	3	3	19
86	3	2	4	5	5	5	24
87	4	2	3	3	5	3	20
88	4	4	2	4	5	5	24
89	4	2	5	5	3	3	22
90	5	2	3	5	5	5	25
91	4	4	3	5	5	5	26
92	3	2	3	4	4	3	19
93	4	3	3	4	4	4	22
94	3	3	5	5	4	4	24
95	4	3	3	3	4	5	22
96	4	4	3	5	5	5	26
97	4	3	4	4	5	5	25

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,001	0,000	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	.507**	.585**	.636**	.616**	.701**	.630**	1	.342**	.492**	.576**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,001	0,000	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8	Pearson Correlation	.219*	.469**	.434**	.416**	.375**	.322**	.342**	1	.430**	.490**
	Sig. (2-tailed)	0,031	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,001		0,000	0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.9	Pearson Correlation	.469**	.445**	.421**	.482**	.471**	.536**	.492**	.430**	1	.538**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.10	Pearson Correlation	.404**	.514**	.668**	.557**	.614**	.490**	.576**	.490**	.538**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

X2.7	Pearson Correlation	.455**	.219*	.304**	.377**	.593**	.353**	1	.664**	.452**	0,187
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,031	0,003	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,066
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	.468**	.336**	.413**	.436**	.664**	.465**	.664**	1	.492**	0,167
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,101
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.9	Pearson Correlation	.370**	.465**	.481**	.522**	.533**	.403**	.452**	.492**	1	.504**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.10	Pearson Correlation	.296**	.545**	.417**	.395**	.283**	.491**	0,187	0,167	.504**	1
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,066	0,101	0,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Variabel Keunggulan Bersaing

		Correlation					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
Y1.1	Pearson Correlation	1	.498**	.552**	.454**	.511**	.474**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.2	Pearson Correlation	.498**	1	.523**	0,174	0,198	.321**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,089	0,052	0,001
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.3	Pearson Correlation	.552**	.523**	1	.449**	.470**	.495**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.4	Pearson Correlation	.454**	0,174	.449**	1	.524**	.400**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,089	0,000		0,000	0,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.5	Pearson Correlation	.511**	0,198	.470**	.524**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,052	0,000	0,000		0,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y1.6	Pearson Correlation	.474**	.321**	.495**	.400**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	

	N	97	97	97	97	97	97
--	---	----	----	----	----	----	----

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

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

Lampiran 7. Output SPSS Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel Karakteristik Kewirausahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,910	10

Variabel Inovasi Produk

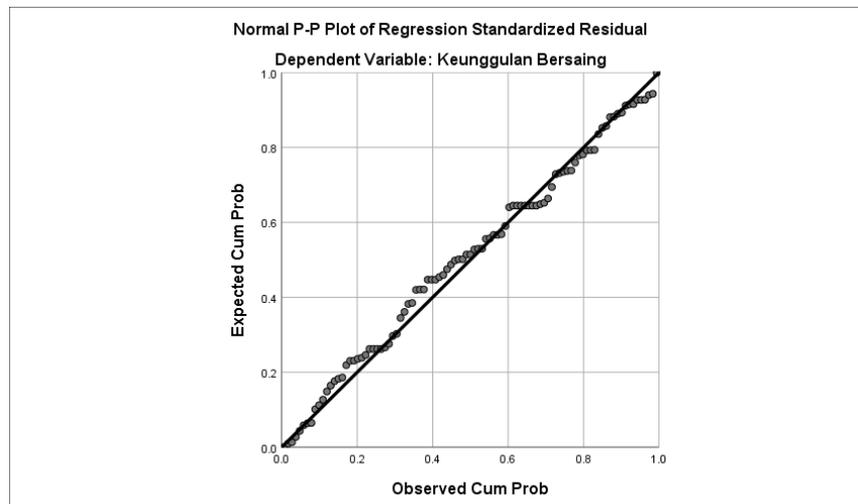
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,879	10

Variabel Keunggulan Bersaing

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	6

Lampiran 8. Output SPSS Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas



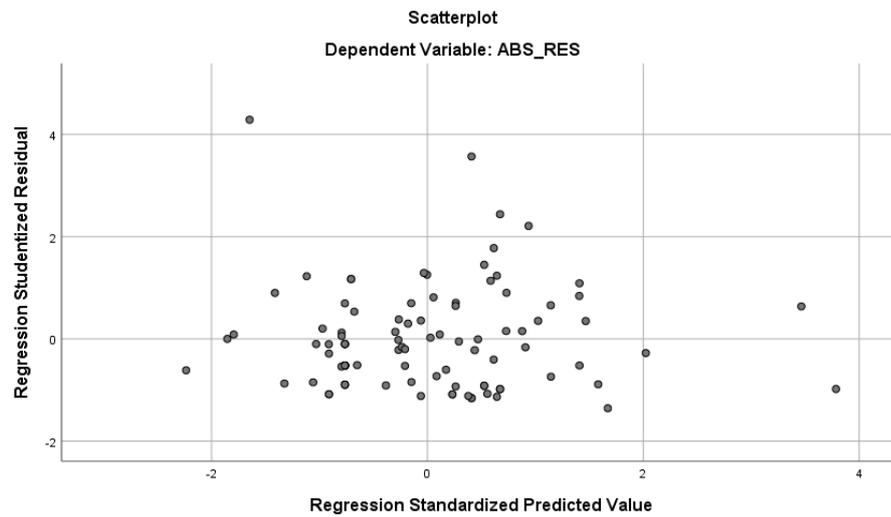
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94400295
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.049
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Hasil Uji Multikolonieritas.

Coefficient

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Karakteristik Kewirasahaan (X1)	0,290	3,443
	Inovasi Produk (X2)	0,290	3,443

Hasil Uji Heteroskedasitas.



Lampiran 9. Output SPSS Hasil Uji Hipotesis.

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.591	1.522		1.702	.092
	Karakteristik Kewirasahaan (X1)	.262	.062	.440	4.235	.000
	Inovasi Produk (X2)	.272	.065	.435	4.187	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	884.867	2	442.434	112.465	.000 ^b
	Residual	369.793	94	3.934		
	Total	1254.660	96			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X₂), Karakteristik Kewirausahaan (X₁)

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.705	.699	1.983

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X₂), Karakteristik Kewirausahaan (X₁)
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Lampiran 10. Tabel r

Tabel r untuk df 1-50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850

69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 12. Dokumentasi



