

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi pemasaran terhadap kinerja usaha fashion. Pengambilan data dilakukan di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Pada bab ini akan di bahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan gambaran umum responden, hasil statistic deskriptif dilanjutkan dengan hasil analisis data.

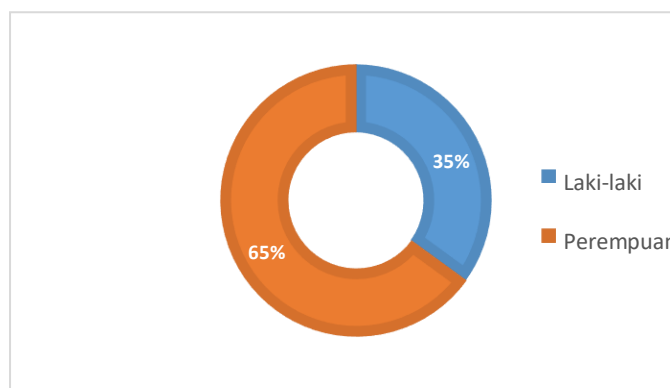
5.1 Gambaran Umum Responden

Berikut ini merupakan gambaran umum responden berdasarkan hasil survey yang di lakukan:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Gambar 5. 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

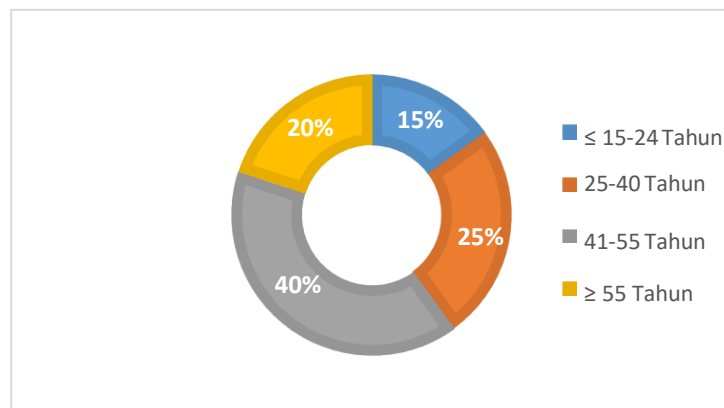


Dari gambar 5.1 dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 17 orang atau 35% dari jumlah keseluruhan, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 45 orang atau 65% dari jumlah keseluruhan.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kusioner, diperoleh data mengenai jenis usia responden sebagai berikut:

Gambar 5. 2
Responden Berdasarkan Usia

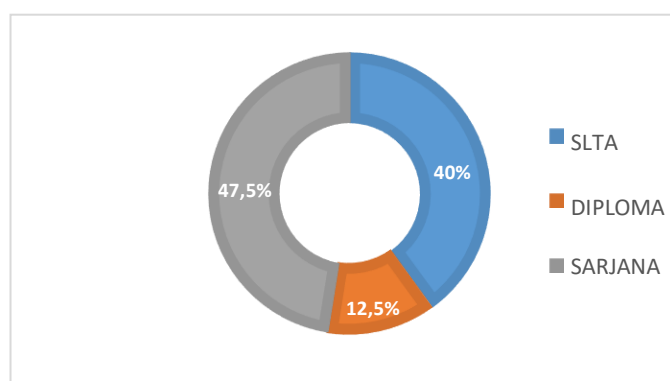


Berdasarkan gambar 5.2 menunjukkan bahwa dari 62 responden yang memiliki usia $\leq 15-24$ tahun dengan jumlah responden 9 orang atau 15%, untuk usia 25-40 tahun dengan jumlah responden sebanyak 16 orang atau 25%, kemudian untuk usia 41-55 tahun sebanyak 25 orang atau 40%, usia ≥ 55 tahun sebanyak 12 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan, bahwa pelaku usaha fashion yang mendominasi di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi adalah 41-55 tahun.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kusioner, diperoleh data mengenai pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Gambar 5. 3
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



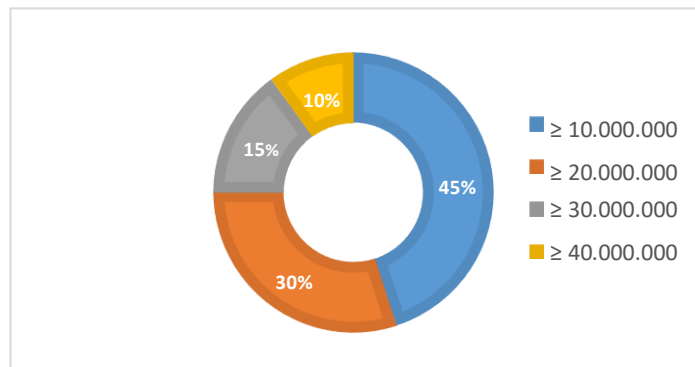
Berdasarkan gambar 5.3 menunjukkan pelaku usaha yang riwayat pendidikannya SLTA adalah sebanyak 25 orang atau 40%, kemudian untuk yang berpendidikan Diploma ada 8 orang atau 12,5%, dan yang berpendidikan Sarjana

sebanyak 29 orang atau 47,5%. Mayoritas pelaku usaha fashion yang mendominasi di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi adalah lulusan dari Sarjana.

4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kusioner, diperoleh data mengenai lama menjalankan usaha responden sebagai berikut:

Gambar 5. 4
Responden Berdasarkan Pendapatan

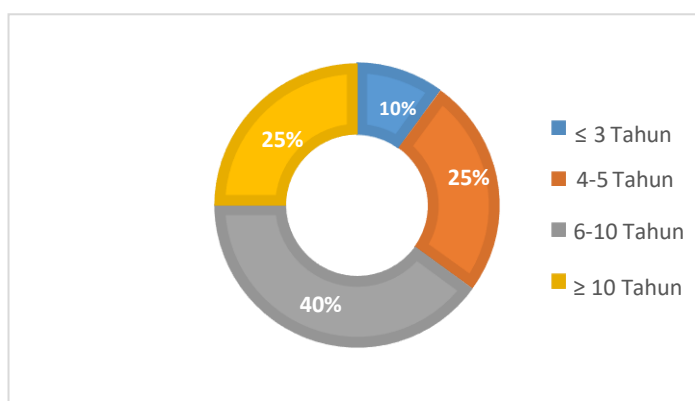


Berdasarkan gambar 5.4 dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan perbulan $\geq 10.000.000$ berjumlah 28 usaha atau 45%, yang berpendapatan berkisar $\geq 20.000.000$ berjumlah 19 usaha atau 30%, yang berpendapatan $\geq 30.000.000$ berjumlah 9 orang atau 15% dan yang berpendapatan $\geq 40.000.000$ berjumlah 6 orang atau 10%.

5. Karakteristik Berdasarkan Lama Kegiatan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kusioner, diperoleh data mengenai lama kegiatan usaha responden sebagai berikut:

Gambar 5. 5
Responden Berdasarkan Lama Kegiatan Usaha



Berdasarkan gambar 5.5 dapat menunjukkan bahwa lama kegiatan usaha ≤ 3 Tahun berjumlah 6 orang atau 10%, kemudian lama kegiatan usaha 4-5 Tahun berjumlah 16 orang atau 25%, lalu lama kegiatan usaha 6-10 Tahun berjumlah 25 orang atau 40% dan lama kegiatan usaha ≥ 10 Tahun berjumlah 16 orang atau 25%. Hal ini menunjukkan bahwa lamanya pelaku usaha fashion yang mendominasi di Kecamatan Kota Baru Jambi adalah 6-10 Tahun.

5.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah mengetahui karakteristik dari responden penelitian, hasil olahan data primer yang merupakan deskriptif penelitian berdasarkan pendapat responden mengenai variabel Karakteristik Wirausaha, Inovasi Pemasaran dan Kinerja Usaha.

1. Karakteristik wirausaha

Karakteristik wirausaha terdiri dari 12 pertanyaan kusioner yang dibagikan kepada 62 responden, hasil tanggapan responden terhadap Karakteristik wirausaha dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

Tabel 5. 1
Tanggapan Responden terhadap Karakteristik Wirausaha

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden						
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Skor	Ket
1	Saya adalah orang yang percaya diri.	2	20	10	13	17	215	Tinggi
2	Saya mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha.	6	9	13	12	20	211	Tinggi
3	Saya profesional dalam menjalankan pekerjaan.	0	10	23	11	18	213	Tinggi
4	Saya selalu memperhatikan produk sebelum dijual ke konsumen.	0	9	23	13	17	215	Tinggi
5	Saya memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan efektif dalam situasi yang sulit.	2	13	21	7	19	214	Tinggi
6	Saya selalu buka dan optimis mendapat laba walaupun kondisi perekonomian sedang terpuruk.	0	7	29	13	12	213	Tinggi

7	Saya memiliki kemampuan untuk memimpin dan mengelola bisnis dengan baik.	2	10	21	14	15	216	Tinggi
8	Saya selalu menerima kritik dan saran dari pelanggan.	7	6	19	14	16	212	Tinggi
9	Saya bertindak kreatif dan inovatif, serta mampu menghadapi segala kondisi.	7	7	16	17	15	212	Tinggi
10	Saya mengembangkan konsep atau tema yang sudah ada sebelumnya.	0	17	16	12	17	215	Tinggi
11	Saya memiliki tekad dan pemikiran maju kedepan untuk mencapai tujuan.	7	3	20	3	28	225	Tinggi
12	Saya menyiapkan rancangan agar usaha selalu berjalan dengan baik.	0	6	29	20	8	238	Tinggi
Jumlah							2.387	Cukup
Rata-rata Keseluruhan							199	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel Karakteristik wirausaha memiliki skor rata-rata keseluruhan 199 termasuk kategori cukup, yang berarti pelaku usaha fashion di Kecamatan Kota Baru memiliki keyakinan dari individu dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah yang dihadapinya diberbagai situasi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pertanyaan “Saya menyiapkan rancangan agar usaha selalu berjalan dengan baik” dengan skor 238 atau masuk kategori tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Saya mencerminkan orang yang berjiwa wirausaha” dengan skor 211 atau masuk kategori tinggi.

2. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran terdiri dari 6 pertanyaan kusioner yang dibagikan kepada 62 responden, hasil tanggapan responden terhadap Inovasi pemasaran dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

Tabel 5. 2
Tanggapan Responden terhadap Inovasi Pemasaran

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden						
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Skor	Ket
1	Saya menggunakan media sosial dalam pemasaran.	3	11	14	16	18	221	Tinggi
2	Saya melakukan teknik baru dalam memasarkan produk.	7	8	28	7	12	195	Cukup
3	Saya menjual melalui pasar seperti Shopee, Tokopedia, dan e-commerce lainnya.	9	12	15	20	6	188	Cukup
4	Saya menjual produk ke reseller untuk dijual lagi.	6	13	23	20	0	181	Cukup
5	Saya menyalurkan produk kepada sub-distributor.	6	2	21	12	21	226	Tinggi
6	Saya menjual produk ke pedagang eceran.	7	2	26	7	20	217	Tinggi
Jumlah							1.228	Cukup
Rata-rata Keseluruhan							205	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan dari variabel Inovasi Pemasaran memiliki skor rata-rata keseluruhan 205 termasuk kategori cukup, maka inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha fashion di Kecamatan Kota Baru. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pertanyaan. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pertanyaan “Saya menyalurkan produk kepada sub-distributor” dengan skor 226 atau masuk kategori tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pernyataan “Saya menjual produk ke reseller untuk dijual lagi” dengan skor 181 atau masuk kategori cukup.

3. Kinerja Usaha

Kinerja Usaha terdiri dari 8 pertanyaan kusioner yang dibagikan kepada 62 responden, hasil tanggapan responden terhadap kinerja usaha dapat dijelaskan sebagai berikut ini :

Tabel 5. 3
Tanggapan Responden terhadap Kinerja Usaha

No	Pertanyaan	Tanggapan Responden						
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Skor	Ket
1	Produk usaha yang terjual mengalami peningkatan.	8	7	26	10	11	195	Cukup
2	Produk yang terjual lebih banyak dari penjualan sebelumnya.	0	9	21	10	22	231	Tinggi
3	Saya menambah produk baru yang belum pernah ada di usaha saya.	1	20	21	14	7	190	Cukup
4	Saya menjual produk baru yang belum ada dipasaran.	4	13	18	7	20	212	Tinggi
5	Keuntungan usaha saya mengalami peningkatan.	0	19	19	7	20	253	Tinggi
6	Keuntungan yang dicapai sesuai dengan penjualan.	3	10	22	11	16	213	Tinggi
7	Karyawan saya teliti dalam menjalankan pekerjaan.	2	9	20	17	14	218	Tinggi
8	Karyawan saya menjalankan pekerjaan sesuai standar yang sudah ditetapkan.	0	20	15	12	16	213	Tinggi
Jumlah							1.725	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan							215	

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan variabel Kinerja usaha memiliki skor rata-rata keseluruhan 215 termasuk kategori Tinggi, yang berarti Kinerja usaha fashion di Kecamatan Kota Baru Tergolong tinggi. Untuk pertanyaan dengan skor tertinggi pada pertanyaan “Keuntungan usaha saya mengalami peningkatan.” dengan skor 253 atau masuk kategori tinggi. Sedangkan untuk skor terendah pada pertanyaan “Saya menambah produk baru yang belum pernah ada di usaha saya.” dengan skor 190 atau masuk kategori cukup.

5.3 Hasil Uji Validitas dan Realibitas

5.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dan r tabel dengan menggunakan metode person yaitu apabila r hitung $>$ r tabel maka item dapat dinyatakan valid, begitupun sebaliknya. Pada tabel di bawah ini diperoleh r tabel sebesar 0,246 dengan melihat tabel *degree of freedom* dengan signifikansi 5% dan jumlah sampel 62.

Tabel 5. 4

Hasil Uji Validitas Karakteristik Wirausaha

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,727	0,246	Valid
X1.2	0,822	0,246	Valid
X1.3	0,821	0,246	Valid
X1.4	0,822	0,246	Valid
X1.5	0,704	0,246	Valid
X1.6	0,772	0,246	Valid
X1.7	0,699	0,246	Valid
X1.8	0,775	0,246	Valid
X1.9	0,676	0,246	Valid
X1.10	0,837	0,246	Valid
X1.11	0,713	0,246	Valid
X1.12	0,821	0,246	Valid

Berdasarkan tabel 5.4 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. 5

Hasil Uji Validitas Inovasi Pemasaran

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,849	0,246	Valid
X2.2	0,793	0,246	Valid
X2.3	0,851	0,246	Valid
X2.4	0,691	0,246	Valid

X2.5	0,858	0,246	Valid
X2.6	0,869	0,246	Valid

Berdasarkan tabel 5.5 diatas menunjukkan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada semua item pertanyaan X2, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian variabel X2 dinyatakan valid.

Tabel 5. 6

Hasil Uji Validitas Kinerja Usaha

Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y1	0,882	0,246	Valid
Y2	0,667	0,246	Valid
Y3	0,717	0,246	Valid
Y4	0,854	0,246	Valid
Y5	0,792	0,246	Valid
Y6	0,775	0,246	Valid
Y7	0,854	0,246	Valid
Y8	0,804	0,246	Valid

Berdasarkan tabel 5.6 diatas menunjukkan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada semua item pertanyaan Y, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian variabel Y dinyatakan valid.

5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai karakteristik wirausaha, inovasi pemasaran dan kinerja usaha konsisten. Software SPSS 25 for Windows digunakan untuk uji reliabilitas penelitian ini, yang menggunakan uji statistic Cronbach Alpha Coefficient (α) untuk mengukur reliabilitas. Jika sebuah konstruk atau variabel memiliki nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,70, maka dianggap reliabel.

Tabel 5. 7

Hasil Uji Reliabilitas Karakteristik Wirausaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	12

Berdasarkan tabel 5.7 diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,934 yang lebih besar dari 0,07. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kusioner pada variabel karakteristik wirausaha yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau tingkat konsisten instrument yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten.

Tabel 5. 8
Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Pemasaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

Berdasarkan tabel 5.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,903 yang lebih besar dari 0,07. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kusioner pada variabel Inovasi Pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau tingkat konsisten instrument yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten.

Tabel 5. 9
Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Usaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	8

Berdasarkan tabel 5.9 diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,915 yang lebih besar dari 0,07. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kusioner pada variabel Kinerja usaha yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau tingkat konsisten instrument yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten.

5.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

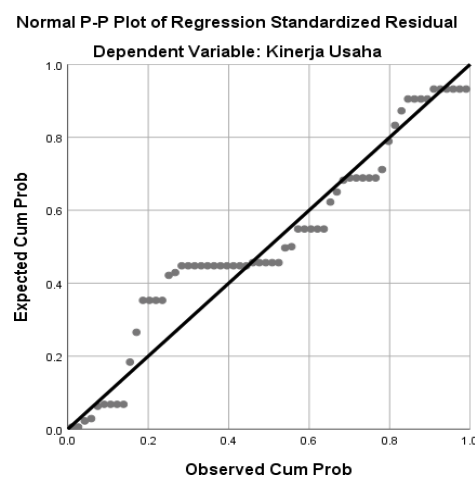
Menurut (Ghozali, 2018) uji asumsi klasik digunakan untuk meminimalkan jumlah kesalahan kuadrat dari setiap observasi pada garis tersebut, uji asumsi klasik digunakan untuk menentukan garis regresi.

5.4.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan metode one sample kolmogrov smirnov test. Menurut (Ghozali, 2018) Jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05 maka ketentuan analisis untuk variabel independen atau dependen terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka tidak terdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 5. 6

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 normal dan sebaliknya jika titik-titik menyebar tidak mengikuti garis diagonal maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Tabel 5. 10

Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.55446194
Most Extreme Differences	Absolute	.178
	Positive	.096

Negative	-.178
Test Statistic	.178
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai statistik dengan metode one sample Kolmogrov-Smirnov menunjukkan bahwa data yang diuji terdistribusi secara normal.

5.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Menurut (Ghozali, 2018) Seharusnya tidak ada kolerasi antara faktor independen dalam model regresi yang layak. Gejala multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Umumnya nilai yang dipakai adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolonieritas untuk model regresi pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 5. 11

Hasil Uji Multikolonieritas

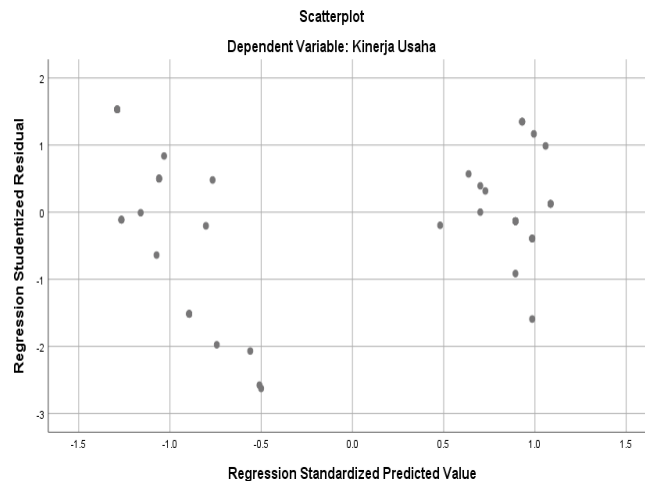
Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Karakteristik Wirausaha (X1)	0,125	8,003
	Inovasi Pemasaran (X2)	0,125	8,003

Semua variabel mempunyai nilai toleransi $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas. Variabel Karakteristik Wirausaha memiliki nilai tolerance 0,125 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 8,003 lebih kecil dari 10 sehingga variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas. Inovasi Pemasaran memiliki nilai tolerance 0,125 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 8,003 lebih kecil dari 10 sehingga variabel ini tidak terjadi multikolonieritas.

5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi kesamaan varian dan residual. Menurut (Ghozali, 2018) model regresi yang layak bila tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 5. 7
Hasil Uji Heterokedastisitas



Jika pola pada scatterplot menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang jelas, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan grafik scatterplot di atas, 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.

5.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan secara linear antara variabel independen yaitu Karakteristik wirausaha (X1) dan Inovasi pemasaran (X2) dengan variabel dependen yaitu Kinerja usaha (Y). Dari pengolahan data menggunakan data SPSS 2.5 maka didapat data sebagai berikut :

Tabel 5. 12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coeffisienst^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.412	1.138		1.240	.220
	Karakteristik Wirausaha	.448	.085	.665	5.251	.000
	Inovasi Pemasaran	.352	.155	.287	2.264	.027

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel 5.12 diatas maka persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,412 + 0,448 X_1 + 0,352 X_2$$

1. Konstanta (a) = 1,412

Jika semua variabel independen (Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran) dianggap tidak ada atau nol (0) maka nilai variabel dependen (Kinerja usaha) akan bernilai 1,412.

2. Karakteristik wirausaha $X_1 = 0,448$

Nilai regresi Karakteristik wirausaha adalah 0,448 artinya setiap peningkatan Karakteristik wirausaha (X_1) sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,448.

3. Inovasi pemasaran

Nilai koefisien regresi Inovasi pemasaran adalah 0,352 artinya setiap peningkatan Inovasi pemasaran (X_2) sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing meningkat sebesar 0,352.

5.6 Uji Hipotesis

5.6.1 Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dapat dilihat dari besar probabilitas signifikan masing-masing variabel dengan kriteria sebagai

berikut: jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima, jika probabilitas signifikan $< 0,05$ maka H_0 adalah ditolak.

Tabel 5. 13
Hasil Uji T (Parsial)
Coeffisienst^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.412	1.138		1.240	.220
	Karakteristik Wirausaha	.448	.085	.665	5.251	.000
	Inovasi Pemasaran	.352	.155	.287	2.264	.027

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Hasil uji t pada variabel Karakteristik wirausaha memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yakni $< 0,05$ maka disimpulkan variabel Karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja usaha. besarnya pengaruh Karakteristik wirausaha secara parsial terhadap Kinerja usaha adalah 0,665 atau 66,5%. Artinya Karakteristik wirausaha mampu mempengaruhi Kinerja usaha sebesar 66,5%.

Hasil uji t pada variabel Inovasi Pemasaran nilai signifikansi sebesar 0,027 yakni $< 0,05$ maka disimpulkan variabel Inovasi Pemasaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja usaha. besarnya pengaruh Inovasi Pemasaran secara parsial terhadap Kinerja usaha adalah 0,287 atau 28,7%. Artinya Inovasi Pemasaran mampu mempengaruhi Kinerja usaha sebesar 28,7%.

5.6.2 Uji F (Simultan)

Uji F memeriksa variabel dependen dipengaruhi secara bersama-sama oleh semua variabel independen. (Ghozali, 2018) Pengujian menggunakan uji distribusi F, dengan perhitungan dilakukan menggunakan kriteria jika kemungkinan lebih besar dari 0,05 maka H_0 disetujui jika probabilitasnya kurang dari 0,005, maka H_0 ditolak.

Tabel 5. 14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2966.168	2	1483.084	219.831	.000 ^b
	Residual	398.042	59	6.746		
	Total	3364.210	61			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha

Berdasarkan tabel 5.14 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 Wirausaha dan Inovasi Pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Usaha.

5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas secara simultan dengan nilai berkisar antara 0 sampai 1. Menurut (Ghozali, 2018) semakin besar (R^2), semakin besar kapasitas variabel independen untuk menggambarkan varians dalam variabel dependen, dan sebaliknya.

Tabel 5. 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 ^a	0,882	0,878	2,59740

a. Predictors: (Constant), Inovasi Pemasaran, Karakteristik Wirausaha

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel 5.15 menunjukkan bahwa nilai adjusted r square pada penelitian ini ialah sebesar 0,882. Hal ini menunjukkan Kinerja usaha dipengaruhi oleh Karakteristik wirausaha dan Inovasi Pemasaran sebesar 88,2% sedangkan sisanya 11,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

5.8 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran terhadap Kinerja usaha. Berdasarkan hasil Uji Validitas dan Reliabilitas setiap pertanyaan pada variabel penelitian ini telah dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan pada uji reliabilitas nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,79 maka di anggap reliable.

Pada penelitian ini metode analisis yang di gunakan 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 di lihat 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 wirausaha terhadap Kinerja usaha

Karakteristik wirausaha merupakan variabel bebas yang diteliti dan di uji 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 wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja usaha.

Pada interpretasi regresi linier berganda nilai koefisien variabel Karakteristik wirausaha bertanda positif terhadap Kinerja usaha dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,448. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel Karakteristik wirausaha dinaikkan 1 point atau satuan semntara, maka variabel Kinerja usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,448.

Menurut (Justin, 2001) karakteristik wirausaha merupakan kebutuhan akan keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya. (Aminul Islam et al., 2011) menyatakan bahwa karakteristik wirausaha menunjuk pada karakteristik demografi, karakteristik individu, sifat pribadi, orientasi berwirausaha dan kesiapan berwirausaha. (Ardiani & Putra, 2018) dalam

penelitiannya juga menyatakan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sari et al., 2016) yang membuktikan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha UKM gula merah di Lombok Barat.

b. Pengaruh Inovasi pemasaran terhadap Kinerja usaha

Inovasi pemasaran merupakan salah satu variabel bebas yang diteliti dan diuji pada penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan hasil uji t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,027 yang berarti nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa Inovasi pemasaran berpengaruh terhadap Kinerja usaha. dapat di artikan bahwa variabel Inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pada interpretasi regresi linier berganda nilai koefisien variabel Inovasi pemasaran bertanda positif terhadap Kinerja usaha dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,352. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel Inovasi pemasaran dinaikan 1 point atau satuan sementara, maka variabel Kinerja usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,352.

Inovasi Pemasaran adalah implementasi suatu metoda pemasaran baru dalam hal pengepakan, disain, penempatan dan promosi produk serta penetapan harga. (Sudjatmoko et al., 2023) mengatakan bahwa Inovasi pemasaran juga berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu (Wang & Miao, 2015) berpendapat bahwa Inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal senada juga dilakukan oleh (Gunday et al., 2011) pada industri manufaktur di Turki menunjukkan dimensi inovasi (produk, proses, pemasran dan organisasi) berpengaruh terhadap kinerja.

c. Pengaruh Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran terhadap Kinerja usaha

Kinerja usaha merupakan variabel terikat yang diteliti dan di uji. Hasil penelitian ini di tunjukan dengan hasil uji F menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,000. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran secara simultan/bersama-sama mempengaruhi Kinerja usaha secara signifikan. Berdasarkan uji koefisien determinisasi diperoleh nilai R square sebesar 0,882.

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis, kepuasan, konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi sehingga seseorang berupaya untuk melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut (Sukriani, 2022). Menurut (Sari et al., 2016) kinerja usaha merupakan suatu ukuran usaha yang dijalankan oleh wirausaha berhasil atau sukses. Hasil penelitian (Ludiya et al., n.d.) pada umkm fashion di kota cimahi terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha baik secara simultan maupun parsial.