

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Profil PT. Elsana Persada sebagai pengelola gedung ITC Kebon Kalapa Bandung tempat para penjual sparepart dan aksesoris yang diteliti sebagai berikut:

Nama : PT. Elsana Persada

Alamat : Lantai 3 ITC Kebon Kalapa Bandung Jl. Pungkur, Pungkur, Regol,  
Kota Bandung, Jawa Barat 40252

Pada pertengahan Juli 2001, sebuah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang pemasaran berdiri di kawasan kebon kalapa bandung, perusahaan yang kini dikenal dengan nama PT. Elsana Persada dengan bentuk badan hukum Perseroan Terbatas. Berdasarkan surat keputusan tanggal 24 November 1994, Nomor: C2-17.271.HT.01.01.TH.94, yang anggaran dasarnya telah mengalami perubahan bebrapa kali dan terakhir diubah dengan akta pernyataan keputusan rapat pleh PT. Elsana Persada tanggal 9 Februari 2001, Nomor 20, Yang telah dibuat dihadapan Marlon Silitonga, S.H., Perusahaan ini didirikan oleh seorang developer yaitu Bapak Hendro Kurniawan.

Seleteh sukses dengan pemasarannya pada ITC tahap 1 kini PT. Elsana Persada memasarkan kembali ITC tahap 2, sebagaimana terlihat pada rancangannya lebih sempurna, dengan desain Mall, ITC tahap 2 memiliki banyak kelebihan yang

jauh lebih baik dari sebelumnya. Pada tahap 1 dibangun kios sebanyak 1600 unit kios, pada tahap 2 hanya 800 unit kios dan 200 konter.

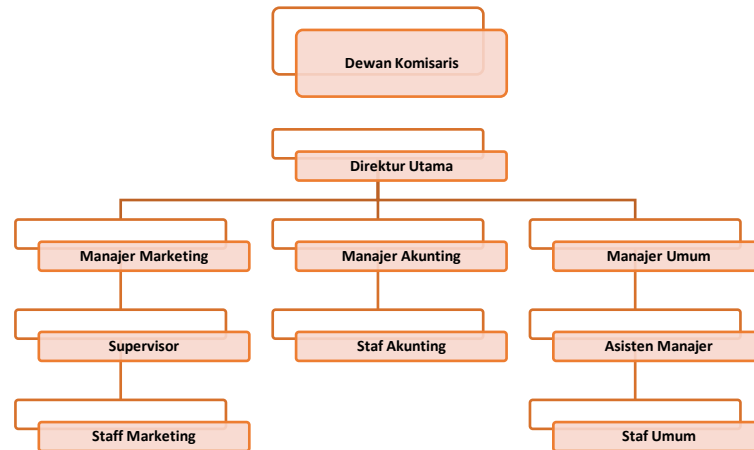
Dengan terbatasnya kios yang terjual pada tahap 2, tentu dalam penentuan harganya pun jauh berbeda. Harga kios pada tahap 2 lebih mahal dibandingkan dengan harga kios pada tahap 1. Faktor yang menyebabkan mahalnya harga kios-kios tersebut adalah karena kios yang dibangun lebih sedikit, dan letaknya yang strategis, fasilitas seperti eskalator 16 unit, lift 8 unit, area pameran dan hall pada setiap lantai, AC sentral, listrik, line telepon, dan juga tempat parkir yang luas.

Dengan dipasarkannya ITC tahap 2, developer berharap konsumen puas, karena lokasi yang strategis berada di pusat kota adalah suatu kebanggaan yang luar biasa.

#### **4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi PT. Elsana Persada dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:

## STRUKTUR ORGANISASI PT. ELSANA PERSADA



Sumber : PT. Elsana Persada

**Gambar 4.1**

### Struktur Organisasi PT. Elsana Persada

#### 4.1.3 Uraian Tugas

Deskripsi jabatan menjadi sarana pengawasan atasan terhadap karyawan terhadap bawahan, bahan penyusun pendidikan organisasi, penyederhanaan sistem kerja dan proses kerja perencanaan pegawai.

Struktur organisasi PT. Elsana Persada telah dilengkapi dengan uraian tugas yang dijadikan pedoman bagi setiap seksi-seksi dan sub-sub seksi dalam menjalankan tugas secara lengkap.

#### 1. Dewan Komisaris

Tugas dan Tanggung jawab Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

- a. Mengawasi jalannya kegiatan operasional perusahaan
- b. Menerima laporan kerja dari setiap seksi yang akan dilaksanakan
- c. Memberu keputusan-keputusan untuk kemajuan perusahaan

- d. Menetapkan kebijaksanaan dan strategi perusahaan
- e. Mengawasi perkembangan perusahaan secara keseluruhan

## **2. Direktur Utama**

Tugas dan Tanggung jawab Direktur Utama adalah sebagai berikut:

- a. Mengkoordinir staf dan karyawan
- b. Menentukan tugas dan wewenang masing-masing staf dan karyawan
- c. Bertanggung jawab penuh dalam melaksanakan tugas yang ditujukan untuk kepentingan perseoran daan mencapai maksud dan tujuan

## **3. Manajer Marketing**

Tugas dan Tanggung jawab Manajer Marketing adalah sebagai berikut:

- a. Mengawasi cara kerja marketing
- b. Membuat kesepakatan harga dengan konsumen
- c. Membuar dan melakukan perencanaan kegiaran promosi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

## **4. Manajer Akunting**

Tugas dan Tanggung jawab Manajer Akunting adalah sebagai berikut:

- a. Merencanakan, membuat, mengatur dan mengawasi mekanisme arus dana yang masuk dan keluar.
- b. Mengurus masalah finansial.
- c. Melakukan koordinasi dengan manejer marketing juga manajer umum.
- d. Melakukan urusan rumah tangga dan perlengkapan.

## **5. Manajer Umum**

Tugas dan Tanggung jawab Manajer Umum adalah sebagai berikut:

- a. Melaksanakan tugas-tugas umum yang berhubungan dengan Surat Ijin Pemakaian Tempat dan bangunan, Akte Jual Beli, dan Pemerintah setempat.
- b. Memimpin dan mengendalikan perusahaan dalam upaya meningkatkan kelancaran kegiatan pekerjaan.
- c. Melaksanakan koordinasi dengan teknik lapangan.

#### **6. Supervisor**

Tugas dan Tanggung jawab Supervisor adalah sebagai berikut:

- a. Membantu dan mengatur jalannya kerja marketing

#### **7. Asisten Manajer Umum**

Tugas dan Tanggung jawab Asisten Manajer Umum adalah sebagai berikut:

- a. Membantu manajer umum.

#### **8. Staf Manajer Umum**

Tugas dan Tanggung jawab Staf Manajer Umum adalah sebagai berikut:

- a. Membantu manajer serta asisten.

#### **9. Staf Akunting**

Tugas dan Tanggung jawab Staf Akunting adalah sebagai berikut:

- a. Membuat laporan pembukuan arus dana masuk dan keluar.
- b. Membuat laporan keuangan.

#### **10. Staf Marketing**

Tugas dan Tanggung jawab Staf Marketing adalah sebagai berikut:

- a. membuat mekanisme sistem pemasaran kios.
- b. Menganalisis situasi dan kondisi pasar.

- c. Mempersiapkan format perjanjian-perjanjian, persyaratan-persyaratan, dan berita acara untuk kondumen dan pihak bank.
- d. Mengevaluasi kebutuhan konsumen,

## 4.2 Karakteristik Responden

### 4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan Tabel 4.1 berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Laki – Laki</b>	57	90,5
<b>Perempuan</b>	6	9,5
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Data yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 90,5%, jadi dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Laki-laki. Banyaknya responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah karena usaha ini lebih ke arah teknis yang lebih disukai oleh kaum laki-laki.

### 4.2.2 Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan Tabel 4.2 berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	%
<20 Tahun	-	-
21-30 Tahun	16	25,4
31-40 Tahun	27	42,9
41-50 Tahun	14	22,2
>50 Tahun	6	9,5
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Data yang diperoleh diatas berdasarkan kuesioner yang diisi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 31-40 tahun sebesar 42,9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penjual didominasi oleh yang berusia matang yang dalam artian pada usia tersebut biasanya memiliki modal, pengalaman, dan semangat yang cukup untuk menjadi pengusaha.

Menurut Robbins (2007:22) dalam Shelly Tri Maulia (2014) “Hubungan antara usia dan kinerja pekerjaan kemungkinan akan menjadi masalah yang lebih penting selama dekade mendatang. Para pekerja yang lebih tua memiliki kualitas positif pada pekerjaan mereka, khususnya pengalaman, penilaian, etika kerja yang kuat, dan komitmen terhadap kualitas.”

#### **4.2.3 Berdasarkan Lama Usaha**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui berdasarkan tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha**

Usia	Frekuensi	%
<5 Tahun	37	58,7
6-10 Tahun	22	34,9
>11 Tahun	4	6,4
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Data yang diperoleh diatas berdasarkan kuesioner yang diisi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden telah melakukan usaha antara kurang dari 5 tahun sebesar 58,7% dan 6-10 tahun sebesar 34,9%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat dua mayoritas pengusaha yaitu pengusaha yang telah lama berjualan dan pengusaha yang baru memulai usahanya.

Dapat diketahui bahwa dulunya terdapat lebih banyak pengusaha yang terdapat di ITC Kebon kepala ini tetapi karena sulitnya usaha menjadikan pemilik kios lebih memilih menyewakan kiosnya kepada pengusaha yang baru, hal ini menyebabkan banyak pengusaha-pengusaha baru yang memulai berjualan sparepart dan aksesoris hanphone ini.

Menurut (Wicaksono, 2011:25) dalam Akhbar Nurseta Priyandika (2015) Lama “Pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lamanya seorang pelaku usaha atau bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya (kemampuan/keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan makin meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen. Keterampilan berdagang makin



bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil di jaring.”

### 4.3 Analisa Deskriptif

#### 4.3.1 Analisa Deskriptif Variabel Kepemimpinan Strategik (X1)

Variabel Kepemimpinan Strategik dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan lima indikator yang dioperasionalkan kedalam lima item pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran Kepemimpinan Strategik secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai Kepemimpinan Strategik.

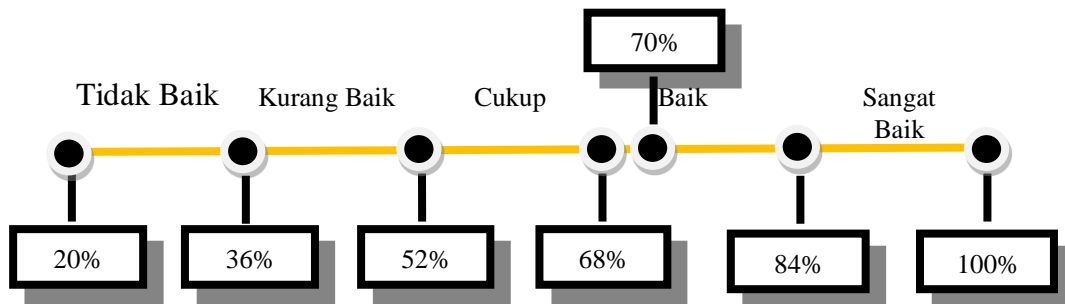
**Tabel 4.4**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepemimpinan Strategik**

No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	Kategori
1	Menentukan Arah Strategis	1	214	315	68%	Cukup
2	Mengelola Sumber Daya	1	210	315	67%	Cukup
3	Mempertahankan Budaya Organisasi	1	236	315	75%	Baik
4	Menekankan Etika	1	209	315	66%	Cukup
5	Kontrol Organisasi	1	229	315	73%	Baik
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>1098</b>	<b>1575</b>	<b>70%</b>	<b>Baik</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.4 di atas merupakan rekapitulasi jawaban responden pada variabel Kepemimpinan Strategik yang diukur menggunakan 5 indikator dengan 5 item pernyataan. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa nilai persentase tertinggi berada pada Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi sebesar 75% sedangkan persentase terendah berada pada Indikator Menekankan Etika sebesar 66%. Secara keseluruhan dari tabel tersebut didapat Skor Aktual sebesar 1098 dari skor idealnya

1575 sehingga didapat perolehan nilai persentase sebesar 70%, kemudian akan disajikan pada garis kontinum sebagai berikut:



**Gambar 4.2**  
**Garis Kontinum Tanggapan Responden Variabel Kepemimpinan Strategik (X1)**

Berdasarkan garis kontinum pada Gambar 4.2 di atas, diketahui bahwa nilai persentase Kepemimpinan Strategik (X1) sebesar 70% berada dalam interval (68% – 84%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan Strategik (X1) dinilai “Baik”.

Berikut disajikan uraian tanggapan responden variabel Kepemimpinan Strategik pada setiap masing-masing Indikator:

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Menentukan Arah Strategis**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
1	Saya dapat menjalankan usaha berdasarkan rencana yang telah saya buat	F	8	34	4	9	8	63	214	315	68%
		%	13%	54%	6%	14%	13%	100%			
<b>Total</b>								<b>214</b>	<b>315</b>	<b>68</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.5 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Menentukan Arah Strategis yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 68%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 52% – 68% yang terkategori. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan Stratejik dalam indikator Menentukan Arah Strategis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Cukup.

**Tabel 4.6**

**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Mengelola Sumber Daya**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
2	F	Saya mengembangkan, memelihara, dan menggali potensi yang terdapat usaha saya seperti modal, manusia, dan lainnya	18	12	6	27	0	63	210	315	67%
		%	29%	19%	10%	39%	0%	100%			
<b>Total</b>								<b>210</b>	<b>315</b>	<b>67</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.6 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Mengelola Sumber Daya yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 67%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 52% – 68% yang terkategori Cukup. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan Stratejik dalam indikator Mengelola Sumber Daya pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Cukup.

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Mempertahankan Budaya Organisasi**

No	Pernyataan	Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	
		5	4	3	2	1					
3	Saya mengembangkan dan menjaga kebiasaan baik seperti kedisiplinan karyawan pada usaha saya.	F	13	28	15	7	0	63	236	315	75%
		%	21%	44%	24%	11%	0%	100%			
<b>Total</b>								<b>236</b>	<b>315</b>	<b>75</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.7 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 75%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 68% – 84% yang terkategori Baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan Stratejik dalam indikator Mempertahankan Budaya Organisasi pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Baik.

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Menekankan Etika**

No	Pernyataan	Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	
		5	4	3	2	1					
4	Saya dapat mengatur tindakan dan perilaku karyawan berdasarkan aturan yang ada.	F	10	28	6	10	9	63	209	315	66%
		%	16%	44%	10%	16%	14%	100%			
<b>Total</b>								<b>209</b>	<b>315</b>	<b>66%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.8 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Menekankan Etikayang diukur menggunakan 1 item

pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 66%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 52% – 68% yang terkategori Cukup. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan Stratejik dalam indikator Menekankan Etika pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Cukup.

**Tabel 4.9**

**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kontrol Organisasi**

No	Pernyataan	Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	
		5	4	3	2	1					
5	Saya dapat menyeimbangkan antara strategi yang saya telah buat dengan kondisi usaha yang sedang berjalan.	F	16	20	15	12	0	63	229	315	73%
		%	25%	32%	24%	19%	0%	100%			
<b>Total</b>								<b>229</b>	<b>315</b>	<b>73%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.9 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Kontrol Organisasi yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 73%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 68% – 84% yang terkategori Baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepemimpinan Stratejik dalam indikator Kontrol Organisasi pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Baik.

#### **4.3.2 Analisa Deskriptif Variabel Strategi Bersaing (X2)**

Variabel Strategi Bersaing dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dioperasionalkan kedalam delapan item pernyataan yang

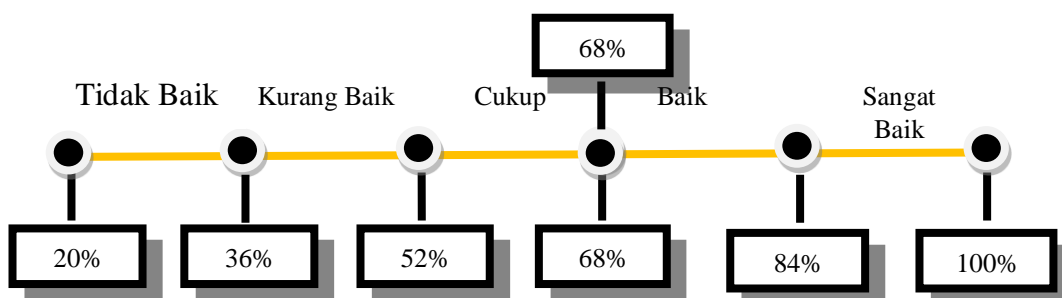
relevan. Untuk mengetahui gambaran Strategi Bersaing secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai Strategi Bersaing.

**Tabel 4.10**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Strategi Bersaing**

No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	Kategori
6	Kepemimpinan Biaya	2	442	630	70%	Baik
7	Diferensiasi	2	436	630	69%	Baik
8	Fokus	4	826	1260	65%	Cukup
<b>Total</b>		<b>8</b>	<b>1704</b>	<b>2520</b>	<b>68%</b>	<b>Cukup</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.10 di atas merupakan rekapitulasi jawaban responden pada variabel Strategi Bersaing yang di ukur menggunakan 3 indikator dengan 8 item pernyataan. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa nilai persentase tertinggi berada pada Indikator Kepemimpinan Biaya sebesar 70% sedangkan persentase terendah berada pada Indikator Fokus sebesar 65%. Secara keseluruhan dari tabel tersebut didapat Skor Aktual sebesar 1704 dari skor idealnya 2520 sehingga didapat perolehan nilai persentase sebesar 68%, kemudian akan disajikan pada garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.3**

**Garis Kontinum Tanggapan Responden Variabel Strategi Bersaing (X2)**

Berdasarkan garis kontinum pada Gambar 4.3 di atas, diketahui bahwa nilai persentase Strategi Bersaing (X2) sebesar 68% berada dalam interval (52% – 68%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Bersaing (X2) dinilai “Cukup.”

Berikut disajikan uraian tanggapan responden variabel Strategi Bersaing pada setiap masing-masing Indikator:

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepemimpinan Biaya**

No	Pernyataan	Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	
		5	4	3	2	1					
6	Toko saya mampu mengurangi pengeluaran yang tidak perlu dibandingkan pesaing.	F	12	26	17	5	5	63	228	315	72%
		%	19%	41%	27%	8%	5%	100%			
7	Toko saya memiliki harga produk lebih murah dibandingkan pesaing.	F	10	26	14	5	8	63	214	315	68%
		%	16%	41%	22%	8%	13%	100%			
<b>Total</b>								<b>442</b>	<b>630</b>	<b>70%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.11 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Kepemimpinan Biaya yang diukur menggunakan 2 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 70%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 68% – 84% yang terkategori Baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Bersaing dalam indikator Kepemimpinan Biaya pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Baik.

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Diferensiasi**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
8	Toko saya memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing.	F	8	26	11	10	8	63	205	315	65%
		%	13%	41%	17%	26%	13%	100%			
9	Toko saya memiliki kualitas produk lebih unggul dibandingkan pesaing.	F	18	20	15	8	0	63	231	315	76%
		%	29%	32%	24%	13%	0%	100%			
<b>Total</b>								<b>436</b>	<b>630</b>	<b>69%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.12 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Diferensiasi yang diukur menggunakan 2 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 69%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 68% –84% yang terkategori Baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Bersaing dalam indikator Diferensiasi pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Baik.

**Tabel 4.13**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Fokus**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
10	Toko saya khusus melayani penjualan sparepart handphone..	F	14	16	8	18	7	63	201	315	64%
		%	22%	25%	13%	29%	11%	100%			
11	Toko saya khusus melayani penjualan aksesoris handphone	F	14	8	16	8	17	63	183	315	58%
		%	22%	13%	25%	13%	27%	100%			



No	Pernyataan	Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	
		5	4	3	2	1					
12	Toko saya memiliki pelanggan tetap yang membeli sparepart handphone.	F	12	26	17	5	3	63	228	315	72%
		%	19%	41%	27%	8%	5%	100%			
13	Toko saya memiliki pelanggan tetap yang membeli aksesoris handphone.	F	10	26	14	5	8	63	214	315	68%
		%	16%	41%	27%	8%	5%	100%			
<b>Total</b>								826	1260	66%	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.13 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Fokus yang diukur menggunakan 4 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 66%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 52% – 68% yang terkategori. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Bersaing dalam indikator Fokus pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori.

#### 4.3.3 Analisa Deskriptif Variabel Kinerja Bisnis (Y)

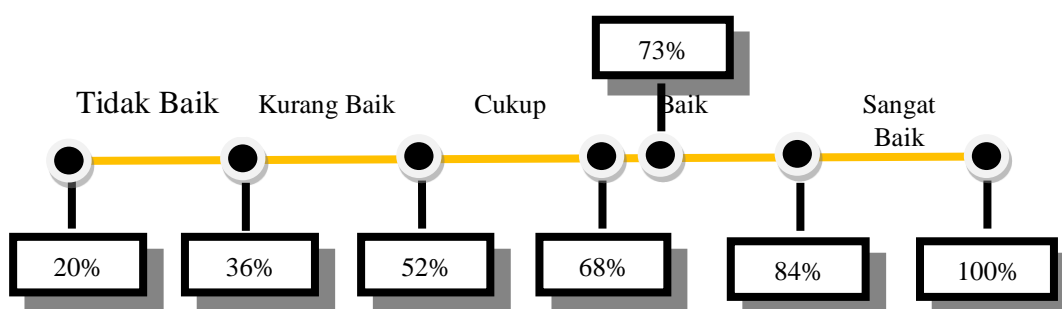
Variabel Kinerja Bisnis dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator yang dioperasionalkan kedalam lima item pernyataan yang relevan. Untuk mengetahui gambaran Kinerja Bisnis secara menyeluruh, berikut disajikan rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai Kinerja Bisnis.

**Tabel 4.14**  
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Bisnis**

No	Indikator	Item	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase	Kategori
9	Pertumbuhan Penjualan	2	471	630	75%	Baik
10	Pertumbuhan Laba	1	215	315	68%	Cukup
11	Produktivitas Karyawan	2	456	360	72%	Baik
<b>Total</b>		<b>5</b>	<b>1142</b>	<b>1575</b>	<b>73%</b>	<b>Baik</b>

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.14 di atas merupakan rekapitulasi jawaban responden pada variabel Kinerja Bisnis yang di ukur menggunakan 3 indikator dengan 5 item pernyataan. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa nilai persentase tertinggi berada pada Indikator Pertumbuhan Penjualan sebesar 75% sedangkan persentase terendah berada pada Indikator Pertumbuhan Laba sebesar 68%. Secara keseluruhan dari tabel tersebut didapat Skor Aktual sebesar dari skor idealnya 1575 sehingga didapat perolehan nilai persentase sebesar 73%, kemudian akan disajikan pada garis kontinum sebagai berikut:



**Gambar 4.4**

**Garis Kontinum Tanggapan Responden Variabel Kinerja Bisnis (Y)**

Berdasarkan garis kontinum pada Gambar 4.4 di atas, diketahui bahwa nilai persentase Kinerja Bisnis (Y) sebesar 73% berada dalam interval (68% – 84%). Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Bisnis (Y) dinilai “Baik.”

Berikut disajikan uraian tanggapan responden variabel Kinerja Bisnis pada setiap masing-masing Indikator:

**Tabel 4.15**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pertumbuhan Penjualan**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
14	Pangsa pasar pada usaha saya meluas.	F	20	16	19	5	3	63	234	315	74%
		%	32%	25%	30%	8%	5%	100%			
15	Penjualan pada usaha saya meningkat.	F	20	18	18	4	3	63	237	315	75%
		%	32%	29%	29%	6%	5%	100%			
<b>Total</b>								<b>471</b>	<b>630</b>	<b>75%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.15 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Pertumbuhan Penjualan yang diukur menggunakan 2 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar dengan nilai persentase sebesar 75%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 68% – 84% yang terkategori Baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Bisnis dalam indikator Pertumbuhan Penjualan Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Baik.

**Tabel 4.16**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Pertumbuhan Laba**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
16	Laba pada usaha saya meningkat.	F	8	31	8	11	5	63	215	315	68%
		%	13%	49%	13%	17%	8%	100%			
<b>Total</b>								<b>215</b>	<b>315</b>	<b>68%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.16 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Pertumbuhan Laba yang diukur menggunakan 1 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar 215 dengan nilai persentase sebesar 68%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 52% – 68% yang terkategori Cukup. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Bisnis dalam indikator Pertumbuhan Laba pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Cukup.

**Tabel 4.17**  
**Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Produktivitas Karyawan**

No	Pernyataan		Bobot					Total	Skor Aktual	Skor Ideal	Persentase
			5	4	3	2	1				
17	Saya membuat standar kerja atau standar operasional prosedur (SOP).	F	22	18	11	12	0	63	239	315	76%
		%	35%	29%	17%	19%	0%	100%			
18	Saya mengadakan pelatihan kerja	F	18	18	8	12	7	63	217	315	69%
		%	29%	29%	13%	19%	11%	10%			
<b>Total</b>								<b>456</b>	<b>630</b>	<b>72%</b>	

Sumber : Kuesioner (data diolah)

Tabel 4.17 di atas menjelaskan distribusi tanggapan-tanggapan responden mengenai Indikator Produktivitas Karyawan yang diukur menggunakan 2 item pernyataan dari 63 responden menghasilkan skor aktual sebesar 456 dengan nilai persentase sebesar 72%. Nilai persentase tersebut berada pada interval 68% –84% yang terkategori Baik. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Bisnis dalam indikator Pertumbuhan Laba pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung terkategori Baik.

#### 4.4 Analisa Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini adalah mencari Pengaruh Kepemimpinan Strategik dan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis pada

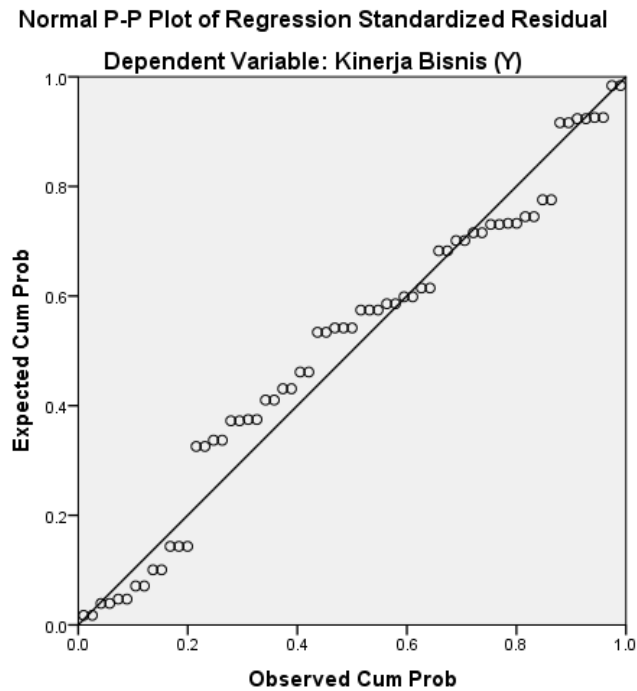
Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung dengan menggunakan metode statistik regresi linier berganda. Dikarenakan skala data adalah *likert* ordinal sehingga untuk keperluan penelitian data di transpormasi terlebih dahulu menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI) dengan bantuan *Add-in Succ 97* pada *Microsoft Excel 2019* untuk lengkapnya dapat dilihat pada lampiran data penelitian.

#### **4.4.1 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, selanjutnya dilakukan pengujian asumsi terlebih dahulu supaya model yang terbentuk memberikan estimasi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Pengujian asumsi ini terdiri atas tiga pengujian, yakni uji *normalitas*, uji *multikolinieritas* dan uji *heteroskedastistias*.

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai data setiap variabel dan residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai data setiap variabel dan nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas data dengan menggunakan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized residual* dan *Kolmogorov-Smirnov*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data residual tersebut telah normal.



**Gambar 4.5**  
**Uji Normalitas**

Berdasarkan grafik normalitas menggunakan normal *p-plot* di atas, diketahui bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal yang menunjukkan bahwa data sudah memenuhi asumsi normalitas terbukti dari normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut.

**Tabel 4.18**  
**Uji Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1972.63409919
	Absolute	.117
Most Extreme Differences	Positive	.094
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2-tailed)		.359

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas, diperoleh nilai probabilitas dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0359. Nilai ini melebihi batas signifikansi 0,01 atau 1% sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis mengikuti distribusi normal, sehingga asumsi normalitas data dalam uji asumsi klasik terpenuhi.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji *Multikolinieritas* bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi masing-masing variabel bebas (*independent*) memiliki korelasi yang kuat atau hampir sempurna. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat korelasi linier/ hubungan yang kuat antara variabel bebasnya. Jika dalam model regresi terdapat gejala *multikolinieritas*, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang diteliti. Uji *multikolinieritas* dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF) dengan kriteria pengujian nilai *tolerance* harus lebih dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10.

**Tabel 4.19**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kepemimpinan Stratejik (X1)	.216	4.627
Strategi Bersaing (X2)	.216	4.627

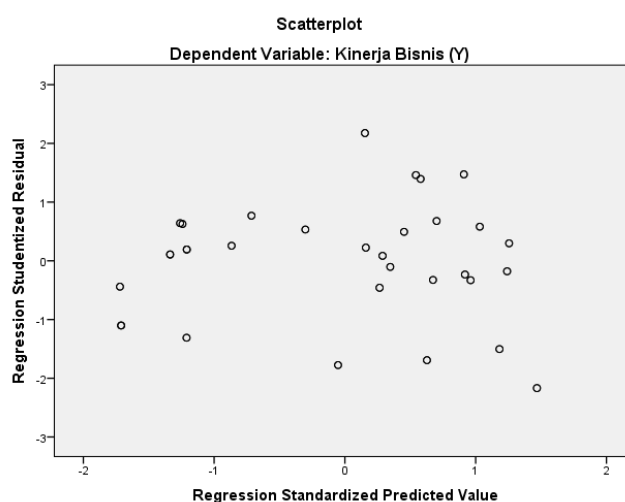
a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)

Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah *multikolinieritas*.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesalahan atau ketidaksamaan *variance* dari residual pada model yang sedang diamati dari satu observasi ke observasi lain. Untuk menguji adanya gejala *heteroskedastisitas* digunakan pengujian dengan metode *scatter plot*, dengan kriteria hasil sebagai berikut :

1. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 4.6**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar di atas, diketahui titik-titik yang diperoleh menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data yang diteliti tidak ditemukan masalah *heteroskedastisitas*.

Berdasarkan uji asumsi klasik di atas, diketahui bahwa semua pengujian data tidak ditemukan adanya pelanggaran asumsi klasik, sehingga data dapat dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

#### **4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda**

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kinerja Bisnis

$\alpha$  = Konstanta

X<sub>1</sub> = Kepemimpinan Stratejik

X<sub>2</sub> = Strategi Bisnis

b<sub>i</sub> = Koefisien regresi pada masing-masing variabel independen

Dengan menggunakan bantuan *softwareSPSS v21*, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Pengujian Koefisien Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2006.680	898.590		2.233	.029
1 Kepemimpinan Stratejik (X1)	.532	.146	.487	3.647	.001
Strategi Bersaing (X2)	.261	.084	.415	3.107	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)

Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 4.19 terlihat nilai koefisien regresi pada nilai *Unstandardized Coefficients* “B”, sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 2006,68 + 0,532X_1 + 0,261X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Setiap kenaikan Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis pada seorang penjual maka akan meningkatkan Kinerja Bisnis. Nilai konstanta sebesar 2006,68 memiliki arti bahwa jika variabel Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka diprediksikan Kinerja Bisnis akan bernilai 2.006,68
- b. Nilai Kepemimpinan Stratejik sebesar 0,532, memiliki arti bahwa jika variabel Kepemimpinan Stratejik mengalami peningkatan sebesar satu atau semakin baik sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka diprediksikan Kepemimpinan Stratejik akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,532.

- c. Nilai Strategi Bisnis sebesar 0,261, memiliki arti bahwa jika variabel Strategi Bisnis mengalami peningkatan sebesar satu atau semakin baik sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka diprediksikan Strategi Bisnis akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,261.

Dari hasil tersebut menjelaskan pengaruh atau hubungan antara Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Bisnis, untuk nilai variabel Kinerja Bisnis mempunyai nilai sebesar 2006,68 dan apabila dipengaruhi oleh variabel Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis maka persentase nilainya akan meningkat.

#### **4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi**

Analisis korelasi bertujuan untuk melihat sejauh mana tingkat hubungan atau keeratan yang terjadi antara Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Bisnis . Berikut disajikan nilai koefisien korelasi dengan bantuan *Software SPSS v21*.

Analisis korelasi *Pearson Product Moment* adalah suatu analisis yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua atau lebih variabel bila data variabel berbentuk interval atau rasio dan sumber data dari masing-masing variabel adalah sama (**Sugiyono 2014: 184**).

**Tabel 4.21**  
**Tingkat Keeratan Kolerasi**

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Kolerasi yang lemah
0.41 – 0.60	Kolerasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 - 1	Kolerasi tinggi

Sumber : Sugiono (2014:184)

#### 4.4.3.1 Analisis Korelasi Simultan Antara Kepemimpinan Stratejik dan Strategi bersaing terhadap Kinerja Bisnis

**Tabel 4.22**  
**Koefisien Korelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 <sup>a</sup>	.768	.761	2,005.242

a. Predictors: (Constant), Strategi Bersaing (X2), Kepemimpinan Stratejik (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja Binsis (Y)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi (R) yang diperoleh antara Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis adalah sebesar 0,877. Artinya hubungan variabel Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis adalah Korelasi Tinggi. Menurut Armanu Thoyib (2005:71) Kepemimpinan yang diterapkan oleh pemimpin berpengaruh terhadap penentuan strategi dan kinerja.

#### 4.4.3.2 Korelasi Secara Parsial antara Kepemimpinan Stratejik terhadap Kinerja Bisnis

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Kepemimpinan Stratejik Terhadap Kinerja Bisnis, apabila orientasi Kepemimpinan Stratejik dianggap

konstan, digunakan perhitungan menggunakan *Software SPSS v21* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Koefisien Korelasi Kepemimpinan Stratejik Terhadap Kinerja Bisnis**

		Correlations	
		Kepemimpinan Stratejik (X1)	Kinerja Bisnis (Y)
Kepemimpinan Stratejik (X1)	Pearson Correlation	1	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	63	63
Kinerja Bisnis (Y)	Pearson Correlation	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	63	63

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

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara Kepemimpinan Stratejik terhadap Kinerja Bisnis adalah sebesar 0,855. Artinya hubungan variabel orientasi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha adalah Korelasi Tinggi. (Berdasarkan tabel tingkat keeratan korelasi dapat dilihat pada tabel 3.8). Korelasi antara Kepemimpinan Stratejik Terhadap Kinerja Bisnis bersifat positif, maksudnya jika semakin tinggi Kepemimpinan Stratejik maka Kinerja Bisnis di prediksi akan meningkat pula. Nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  (tingkat ketelitian) menunjukkan bahwa hubungan Kepemimpinan Stratejik Terhadap Kinerja Bisnis signifikan, artinya, nilai korelasi ini dapat dijadikan acuan untuk tingkat Kinerja Bisnis dari perusahaan serta dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang baik antara variabel Kepemimpinan Stratejik Terhadap Kinerja Bisnis. Menurut Efendi Aryanto (2012:1) Kepemimpinan

Strategik (*strategic leadership*) berhubungan dengan pengelolaan proses penyusunan strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan, yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan yang dimiliki.

#### 4.4.3.3 Korelasi Secara Parsial antara Strategi Bersaing terhadap Kinerja

##### Bisnis

Untuk menghitung korelasi secara parsial antara Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis, apabila Strategi Bisnis dianggap konstan, digunakan perhitungan menggunakan *Software SPSS v21* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Koefisien Korelasi Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis**

Correlations			Strategi Bersaing (X2)	Kinerja Bisnis (Y)
Strategi Bersaing (X2)	Pearson Correlation		1	.847**
	Sig. (2-tailed)			.000
	N		63	63
Kinerja Bisnis (Y)	Pearson Correlation		.847**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	
	N		63	63

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

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis adalah sebesar 0,847. artinya hubungan variabel Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis adalah Korelasi Tinggi (Berdasarkan tabel tingkat keeratan korelasi dapat dilihat pada tabel 3.8).

Korelasi antara Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis bersifat positif, maksudnya jika semakin tinggi Strategi Bisnis maka Kinerja Bisnis di prediksi akan meningkat pula. Nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  (tingkat ketelitian) menunjukkan bahwa hubungan Diversifikasi Produk dengan Keberhasilan Usaha signifikan, artinya, nilai korelasi ini dapat dijadikan acuan untuk tingkat keberhasilan usaha dari perusahaan serta dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang baik antara variabel Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis. Menurut Nandakumar, et al. (2011) , bahwa perusahaan yang mengadopsi salah satu dari strategi kepemimpinan biaya atau differensiasi lebih baik daripada strategi terjebak di tengah-tengah. Kelompok strategi integrasi lebih rendah dibanding dengan strategi kepemimpinan biaya atau differensiasi dalam mengukur kinerja perusahaan dan mengembangkan selanjutnya menurut Abdullah, et al. (2009) bahwa strategi kepemimpinan biaya yang dimediasi oleh strategi membuat memiliki kinerja superior dibanding strategi lain, dan strategi differensiasi dimediasi oleh strategi membeli memiliki kinerja superior dibanding dengan strategi lain

#### **4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R-Square)**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen Dengan menggunakan *SoftwareSPSS v21* diperoleh output sebagai berikut:

**Tabel 4.25**  
**Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (*R-square*)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 <sup>a</sup>	.768	.761	2,005.242

a. Predictors: (Constant), Strategi Bersaing (X2), Kepemimpinan Strategik (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau *R square* sebesar 0,877 atau 87,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepemimpinan Strategik dan Sstrategi Bersaing secara simultan memberikan pengaruh terhadap Kinerja Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung sebesar 87,7%, sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 87,7\% = 12,3\%$  merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka dilakukan dengan cara nilai *beta X zero order* pada hasil output SPSS sebagai berikut :

**Tabel 4.26**  
**Koefisien Determinasi Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Standardized Coefficients	Correlations
	Beta	Zero-order
(Constant)		
1 Kepemimpinan Strategik (X1)	.487	.855
Strategi Bersaing (X2)	.415	.847

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)



Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus *beta X zero order* :

1. Variabel Orientasi Kewirausahaan =  $0,532 \times 0,855 = 0,455$  atau 45,5%
2. Variabel Diversifikasi Produk =  $0,261 \times 0,847 = 0,221$  atau 22,1%

Dari hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa dari total kontribusi secara simultan yang diberikan sebesar 87,7% ternyata sebesar 45,5% diberikan Kepemimpinan Stratejik dan 22,1% lainnya dari Strategi Bisnis, sehingga terlihat bahwa Kepemimpinan Stratejik memberikan kontribusi paling dominan terhadap Kinerja Bisnis.

#### **4.5 Pengujian Hipotesis**

##### **4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Untuk melihat signifikansi secara parsial, berikut disajikan pengujian parsial menggunakan uji t.

Dengan menggunakan program *Software SPSS v21*, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.27**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2006.680	898.590		2.233	.029
1 Kepemimpinan Strategik (X1)	.532	.146	.487	3.647	.001
Strategi Bersaing (X2)	.261	.084	.415	3.107	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis (Y)

**a. Hipotesis X<sub>1</sub>**

H<sub>0</sub>:  $\beta_1 = 0$  Kepemimpinan Strategik tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung.

H<sub>1</sub>:  $\beta_1 \neq 0$  Kepemimpinan Strategik berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung.

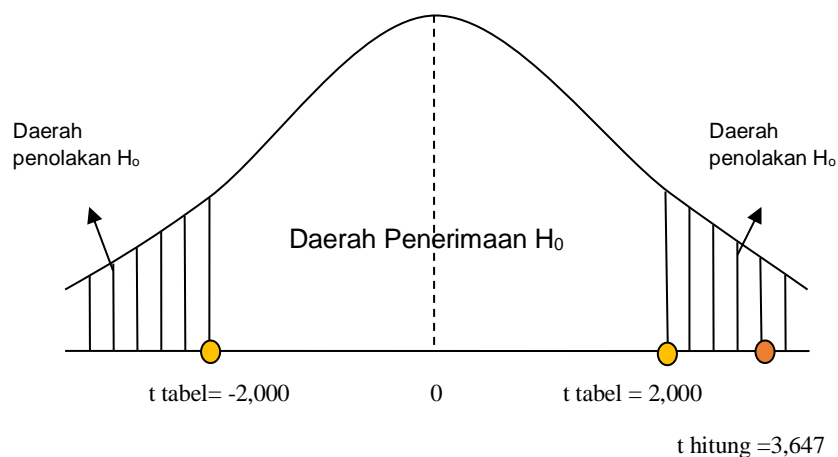
Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%,  $df = 60$ , sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  untuk uji dua pihak sebesar -2,000 dan 2,000.

Kriteria : Tolak H<sub>0</sub> jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , terima H<sub>1</sub>

Tolak H<sub>1</sub> jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ , terima H<sub>0</sub>

Dari tabel 4.28 hasil *output* SPSS diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Kepemimpinan Strategik terhadap Kinerja Bisnis sebesar 3,647 dan nilai *p-value* (*Sig.*) sebesar 0,001. Dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $3,647 > 2,000$ ) dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya secara parsial Kepemimpinan Strategik berpengaruh signifikan terhadap Kinerja

Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung. Jika digambarkan, nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  untuk pengujian hipotesis tersebut maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.7**  
**Kurva Uji Hipotesis Parsial  $X_1$**

Pada gambar diatas dapat dilihat nilai t-hitung jatuh pada daerah penolakan  $H_0$ , sehingga disimpulkan bahwa Kepemimpinan Stratejik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hal ini sesuai dengan penelitian I Wayan Supartha tahun 2011 yang hasilnya Kepemimpinan Stratejik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

#### **b. Hipotesis $X_2$**

$H_0: \beta_2 = 0$  Strategi Bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung.

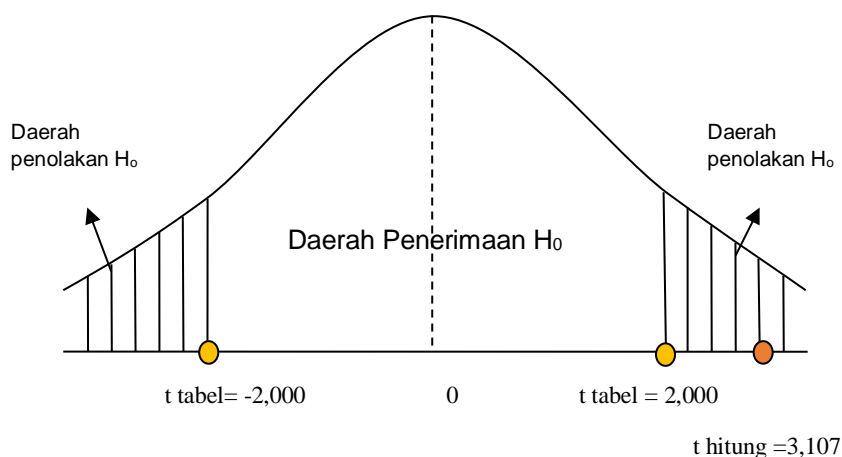
$H_1: \beta_2 \neq 0$  Strategi Bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung.

Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%,  $df = 60$ , sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  untuk uji dua pihak sebesar -2,000 dan 2,000.

Kriteria : Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , terima  $H_1$

Tolak  $H_1$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ , terima  $H_0$

Dari tabel 4.28 hasil *output* SPSS diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 3,107 dan nilai *p-value* (*Sig.*) sebesar 0,003. Dikarenakan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $3,107 > 2,000$ ) dan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara parsial Strategi Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada Penjual Sparepart dan Aksesoris Handphone ITC Kebon Kalapa Bandung. Jika digambarkan, nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  untuk pengujian hipotesis tersebut maka tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.8**  
**Kurva Uji Hipotesis Parsial  $X_2$**

Pada gambar diatas dapat dilihat nilai t-hitung jatuh pada daerah penolakan  $H_0$ , sehingga disimpulkan bahwa Strategi Bisnis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis. Hal ini sesuai dengan penelitian Ibnu Hajar tahun 2012 yang hasilnya Strategi Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### 4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk membuktikan apakah kedua variabel bebas yang terdiri dari Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Penjual Sparepart dan Aksesoris ITC Kebon Kalapa Bandung, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan Hipotesis yang akan diuji pada pengujian secara simultan ini adalah:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Penjual Sparepart dan Aksesoris ITC Kebon Kalapa Bandung.

$H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Penjual Sparepart dan Aksesoris ITC Kebon Kalapa Bandung.

Dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 atau 5%

Kriteria : tolak  $H_0$  jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan terima  $H_1$

Dengan menggunakan *Software SPSS v21*, diperoleh *output* sebagai berikut:

**Tabel 4.28**  
**Hasil Pengujian Signifikansi (Uji F)**

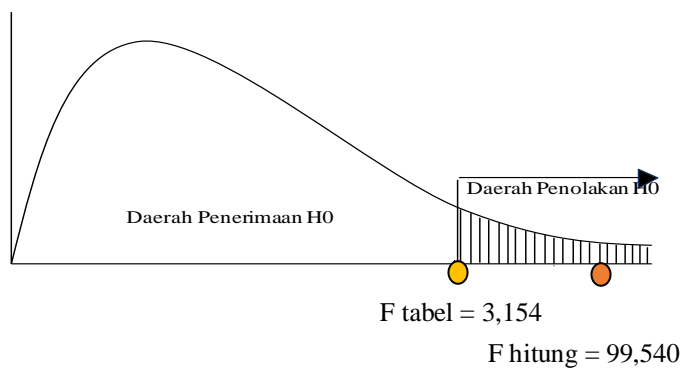
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	800495839.778	2	400247919.889	99.540	.000 <sup>b</sup>
	Residual	241259687.937	60	4020994.799		
	Total	1041755527.714	62			

a. Dependent Variable: Y\_TOT

b. Predictors: (Constant), X2\_TOT, X1\_TOT

Berdasarkan tabel 4.27 hasil *output* SPSS, diketahui nilai  $F_{hitung}$  yang didapat sebesar 99,540 dan  $p\text{-value}$  ( $sig.$ ) = 0,000. Dengan  $\alpha = 0,05$ ,  $df_1 = 2$ , dan  $df_2 = (n - k - 1) = 60$ , maka di dapat  $F_{tabel} = 3,154$ . Dikarenakan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $99,540 > 3,154$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya secara simultan Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis di Penjual Sparepart dan Aksesoris ITC Kebon Kalapa Bandung. Hal ini sesuai dengan penelitian Yudi Hertawan tahun 2015 yang hasilnya Kepemimpinan Stratejik dan Strategi Bersaing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Jika disajikan dalam gambar, maka nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.9**  
**Kurva Uji Hipotesis Simultan**