BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan.

Cake Yo & Yo adalah produsen kue kering dan kue basah di Bandung. Bermula dari usaha rumahan, yang berdiri pada tahun 2008. Awal mula membentuk usaha kue ini dari hobi sang pemilik perusahaan kue terhadap mengkonsumsi kue, kemudian sang pemilik berpikir untuk membentuk usaha yang awalnya hanya bermodalkan kecil dan memproduksi beberapa jenis kue dengan tingat penjualan yang tidak menentu, dengan berjalannya usaha kue cake yo & yo berkembang dan sampai saat ini sudah memiliki pelanggan tetap. Cake yo & yo ini hasil racikan sendiri dan juga dari permintaan konsumen. Cake yo & yo juga mempunyai visi misi sebagai berikut:

Visi Cake Yo & Yo

Menjadi salah satu perusahaan makanan yang menjadi pilihan utama konsumen dan memberikan value terbesar kepada konsumen di Bandung.

MISI Cake Yo & Yo

Menggunakan bahan-bahan dan mesin-mesin berkualitas tinggi Cake Yo & Yo

Bandung.

Cake memproduksi berbagai produk yang sangat memperhatikan kesehatan, cita rasa dan keindahan untuk keindahan untuk kepuasan pembeli yang pada akhirnya memberikan keuntungan kepada perusahan di Bandung.

4.1.2 Struktur Organisasi Peruahaan.

Gambar 4.1

Struktur organisasi perusahaan cake yo & yo

Sumber: Cake yo & yo

Struktur organisasi adalah gambaran secara skematis antara pungsi jabatan dan aktivitas dalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Struktur organisasi dan uraian tugas tiap jabatan termasuk salah satu unsur sistem pengendalian intern. Maka agar dapat memberikan manfaat sebagai alat kendali hendaknya struktur dan uraian tugas tersebut disususn dengan jelas dan di tuangkan secara tertulis. Selain itu struktur organisasi juga memperlihatkan

hubungan pelopornya. Bagi pihak diluar perusahaan, struktur organisasi berfungsi memberitahukan siapa dan apa jabatan dari pihak yang dimaksud.

4.1.3 Deskripsi Jabatan (Job Description)

a. Pemimpin

Sebagai pemimpin tertinggi diperusahaan sekaligus pemilik, bertanggung jawab penuh seluruh kegiatan oprasional perusahaan baik kegiatan kedalam maupun keluar. Selain mempunyai wewenang untuk mengatur jalannya oprasional perusahaan, seorang pemimpin juga harus mampu membuat kebijakan-kebijakan dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan.

b. Pengadaan bahan

Bertugas sebagai penanggung jawab terhadap kelancaran produksi perusahaan yang meliputi ketersediaan bahan baku, kesiapan peralatan dan mesin, serta mutu produk yang dihasilkan, dan sebagai pengadaan bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi. Selain mempunyai wewenang untuk mengatur masuknya bahan baku yang akan digunakan dalam proses pembuatan.

c. Produksi

Bertugas sebagai pelaksana pembuatan produk bakso sampai pengemasan ke dalam kemasan, bertanggung jawab penuh seluruh kegiatan produksi

perusahaan baik kegiatan pembuatan kue maupun pengemasan kue. Selain mempunyai wewenang untuk mengatur jalannya proses pembuatan produksi juga mengatur seberapa banyak bahan baku yang akan digunakana dalam proses pembuatan kue sesuai dengan jenis kude yang diproduksi cake yo & yo Bandung.

d. Pemasaran

Bertugas sebagai penanggung jawab terhadap pemasaran produk, merencanakan dan menyusun strategi penjualan dan juga mempunyai wewenang menjalankan semua strategi pemasaran yang di tetapkan oleh perusahaan.

4.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Cake yo & yo merupakan pengusaha kue yang memproduksi kue basah dan kue kering yang mempunyai citra rasa yang beranekaragam. Cake yo & yo memiliki bahan baku yang berkualitas bagus karena bahan baku dapat mempengaruhi kualitas kue itu sendiri. Proses produksi dilakukan secara bertahap karena mengingat ketahanan dari kue itu sendiri maka dari itu bagian produksi lebih memilih proses pembuatan secara bertahap.

Dalam pembuatan kue itu sendiri yang mengerjakan dilakuakan oleh 5 orang karyawan dan semuanya perempuan, dalam proses pengemasan dilakukan

oleh 3 orang karyawan, cake yo & yo tidak menentu karena banyak permintaan kue pada bulan-bulan tertentu seperti bulan puasa dan hari-hari besar menyebabkan tingkat penjualan kue meningkat tidak seperti bulan-bulan biasanya sehingga pada bulan-bulan tertentu cake yo & yo memerlukan tambahan karyawan.

4.2 Karakteristik Responden

Data responden yang akan diuraikan berikut ini meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan konsumen cake yo & yo Bandung.

4.2.1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Dari data hasil penelitian yang diperoleh, sebaran data tentang jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jawaban Responden	F	%
1	Laki-laki	16	23.9 %
2	Perempuan	51	76.1 %
Total		67	100

Dari tabel diatas menggambarkan jenis kelamin responden. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak

51 orang (76,1%), sedangkan laki-laki sebanyak 16 orang (23,9%). Dari hasil penelitian ternyata konsumen cake yo & yo banyak di dominasi oleh kaum perempuan yang mana dapat diartikan bahwa kaum perempuan lebih banyak tertarik untuk membeli produk kue cake yo & yo karena hampir 76,1% di dominasi kaum perempuan, dan 23,9% sisanya didominasi oleh kaum wanita.

4.2.2. Responden Berdasarkan Usia

Dari data penelitian yang diperoleh, sebaran usia responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2

Usia Responden

No	Usia	Jumlah	(%)Persentase
1	< 20 tahun	21	31,3
2	21-30 tahun	30	44,8
3	31-40 tahun	14	20,9
4	41-50 tahun	2	3,0
5	>51 tahun	0	0.00
Jumlah		67	100,0

Sumber : Data Penelitian Diolah

Dilihat dari usia konsumen cake yo & yo yang ditelti sebagain besar usia nya diantara 21-30 tahun (44,8%). Adapun yang lainnya sebanyak 31,3% usia kurang dari 20 tahun, ada 20,9% usia 31-40 tahun, berusia 41-50 tahun ada 3,0%. Dari profil responden tersebut tampak bahwa usia terbanyak untuk responden cake yo & yo adalah usia 21-30 tahun. Hal ini menunjukan penyuka kue cake yo & yo

berusia muda.

Tabel 4.3

Pekerjaan Responden

No	Usia	Jumlah	(%)Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	20	29,9
2	PNS	8	11,9
3	Wiraswasta	28	41,8
4	Lain-lain	11	16,4
Jumlah		67	100,0

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012 41,8

Dari tabel 4.3 diatas dilihat dari pekerjaan responden cake yo & yo yang terbanyak adalah wiraswasta yaitu sebanyak 41,8%, kedua adalah yang memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 29,9%, ketiga adalah yang memiliki pekerjaan lain-lain sebanyak16,4%, dan sisanya yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 11,9%

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, dimana responden membuat pernyataan dan penilaian terhadap kriteria-kriteria yang diajukan oleh penulis yang terangkum dalam daftar pertanyaan. Kemudian data yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, selanjutnya dihitung persentase nya.

4.3.1 Deskriptif Variabel Kreativitas Di Cake Yo & Yo Bandung

Kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara

baru dalam memecahkan persoalan dalam menhadapi peluang (Suryana:2003).

Hasil penelitian responden untuk setiap indikator yang digunakan dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4.4

Kreativitas Cake Yo & Yo Mempunyai Kemampuan Mengembangkan Ide-ide baru

kemampuan membuat cita rasa yang berbeda

Kategori	Frekuensi	%
Sangat mampu	35	52.2
Mampu	14	20.9
Cukup mampu	18	26.9
Tidak mampu	0	0
Sangat tidak mampu	0	0
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Berdasarkan tabel di atas diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden bisa mampu membuat cita rasa yang berbeda, hal ini ditunjukan dengan mayoritas jawaban responden sebanyak 52.2% pada kategori sangat mampu.

Tabel 4.5

Pernyataan tingkat kemapuanmembuat bentuk kue yang berbeda

Kategori	Frekuensi	%
Sangat mampu	14	20.9
Mampu	31	46.3
Cukup mampu	22	32.8
Tidak mampu	0	0
Sangat tidak mampu	0	0
Jumlah	67	100

Data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.7 di atas menjelaskan mengenai keahlian yang dimiliki. Dari tabel tersebut terlihat bahwa sebagian besar dari responden yakni konsumen cake yo & yo sebanyak 46,9% menilai bahwa perusahaan cake yo & yo mampu membuat bentuk kue yang berbeda dengan produk kue-kue yang lainnya.

Tabel 4.6

Pernyataan tingkat keahlian membuat desain yang menarik

Kategori	Frekuensi	%
Sangat ahli	1	1.5
Ahli	0	0
Cukup ahli	11	16.4
Tidak ahli	39	58.2
Sangat tidak ahli	16	23.9
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Dari tabel 4.8 di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan keraguannya jika perusahaan cake yo & yo memiliki keahlian mendesain kue yang menarik. Hal ini ditunjukan dengan jawaban responden yang menyatakan tidak ahli sebanyak 58,2% dan paling sedikit responden yang menayatakan ahli sebanyak 1,5%.

Tabel 4.7

Pernyataan tingkat keahlian membuat kue yang mempunyai tekstur lembut

Kategori	Frekuensi	%
Sangat ahli	1	1.5
Ahli	0	0
Cukup ahli	7	10.4

Tidak ahli	50	74.6
Sangat tidak ahli	9	13.4
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.7 di atas menggambarkan penilaian responden tentang keahlian membuat kue yang mempunyai tekstur lembut. Dari tabel tersebut terlihat bahwa hampir seluruh dari konsumen cake yo & yo berpendapat bahwa perusahaan cake yo & yo tidak mampu membuat kue yang tekstur lembut, hal ini ditunjukan dengan responden yang menyatakan tidak ahli membuat tekstur lembut sebanyak 74,6%.

Tabel 4.8

Pernyataan tingkat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

Kategori	Frekuensi	%
Sangat memenuhi	0	0
Memenuhi	6	9.0
Cukup memenuhi	37	55.2
Tidak memenuhi	19	28.4
Sangat tidak memenuhi	5	7.5
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari responden berpendapat bahwa perusahaan cake yo & yo tidak bisa memenuhi dan keinginan konsumen karena kurang memiliki inovasi, hal ini terlihat dengan jawaban responden sebanyak 55,2% yang merasa ragu jika perusahaan cake yo & yo tidak memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tabel 4.9

Dapat Memenuhi Selera Konsumen

Kategori	Frekuensi	%
Sangat memenuhi	0	0
Memenuhi	3	4.5
Cukup memenuhi	21	31.3
Tidak memenuhi	34	50.7
Sangat tidak memenuhi	9	13.4
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Berdasarkan tabel di atas, terlihat mayoritas dari responden sebanyak 50.7% menyatakan tidak memenuhi mengenai pemenuhan selera konsumen, ini terjadi karena pihak perusahaan kurang memiliki motivasi untuk berkembang.

Tabel 4.10

Skor Tanggapan Responden Terhadap Kreativitas

No	Indikator	Skor
1	Keahlian	545
2	Kemampuan	267
3	Motivasi	330
Total		1142

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.11

Skor Tanggapan Responden Terhadap Kreativitas

Skor / Total	Skor dalam %
1142	$\frac{1142}{5x6x67}$ x 100% = 56,8%

Tabel 4.12

Pengkategorian Jawaban Responden Untuk Kreativitas

NO	% JumlahSkor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	TidakKreatif
2	36.01% - 52.00%	KurangKreatif
3	**52.01% - 68.00%**	**CukupKreatif**
4	68.01% - 84.00%	Kreatif
5	84.01% - 100%	SangatKreatif

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai persentase perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal adalah sebesar 56.8%. Hal ini menunjukan bahwa kreativitas yang dimiliki responden tergolong cukup tinggi.

4.3.2 Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X_2)

Tabel 4.13

Tingkat perubahan bentuk kue

Kategori	Frekuensi	%

Sangat ada perubahan bentuk kue	0	0
Adanya perubahan bentuk kue	0	0
Cukup adanya perubahan bentuk kue	2	3.0
Tidak adanya perubahan bentuk kue	36	53.7
Sangat tidak adanya perubahan bentuk kue	29	43.3
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.16 di atas menjelaskan distribusi jawaban responden mengenai kue dan desain yang ditawarkan hal. Dari tabel terbut diperoleh informasi bahwa hampir seluruh dari resonden berpendapat bahwa perubahan bentuk kue perusahaan cake yo & yo tidak beragam dan cenderung monoton, hal ini ditunjukan dengan mayoritas responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 53,7%.

Tabel 4.14

Pernyataan tingkat perubahan desain kue

Kategori	**Frekuensi**	**%**

Sangat adanya perubahan desain	0	0
Adanya perubahan desain	0	0
Cukup adanya perubahan desain	9	13.4
Tidak adanya perubahan desain	38	56.7
Sangat tidak adanya perubahan desain	20	29.9
Jumlah	67	100

Tabel 4.17 menjelaskan mengenai perubahan desain produk. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 56,7% menyatakan tidak setuju terkait dengan perubahan desain produk. Hal ini menunjukan bahwa perubahan desain produk yang di tawarkan kurang menarik perhatian konsumen.

Tabel 4.15

Menghasilkan Produk Cake Yo And Yo Sudah Sesuai dengan permintaan Konsumen

Kategori	Frekuensi	%
Sangat sesuai dengan permintaan konsumen	0	0
Sesuai dengan permintaan konsumen	0	0
Cukup sesuai dengan permintaan konsumen	13	19.4
Tidak sesuai dengan permintaan konsumen	33	49.3
Sangat tidak sesuai dengan permintaan konsumen	21	31.3
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 49,3% menyatakan tidak setuju, hal ini membuktikan bahwa produk yang dihasilkan cake yo &yo belum sesuai dengan permintaan konsumen konsumen.

Tabel 4.16

Pernyataan tingkat menghasikan produk yang bervariatif

Kategori	Frekuensi	%
Sangat bervariatif	0	0
Bervariatif	3	4.5
Cukup bervariatif	11	16.4
Tidak bervariatif	38	56.7
Sangat tidak bervariatif	15	22.4
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.13 menjelaskan mengenai pengembangan produk cake yo and yo sudah dilakukan dengan baik. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 56,7% menyatakan tidak setuju hal ini menunjukan bahwa cake yo & yo belum bisa menghasilkan produk yang bervariatif. produk kue cake yo & yo belum dilakukan dengan baik sehingga para konsumen merasa bosan dengan produk yang ada.

Tabel 4.17

Pernyataan tingkat perubahan ukuran kue

Kategori	Frekuensi	%
Sangat adanya perubahan ukuran kue	0	0
Adanya perubakan ukuran kue	0	0
Cukup adanya perubahan ukuran kue	4	6.0
Tidak adanya perubahan ukuran kue	43	64.2
Sangat tidak adanya perubahan ukuran kue	20	29.9
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.14 menjelaskan mengenai perbahan ukuran kue. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 64,2% menyatakan tidak setuju dan paling sedikit dari responden yang menyatakan keraguannya sebanyak 6%. Dari keterangan-keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa kue-kue produk cake yo & yo tidak memilikiperubahan ukuran kuenya.

Tabel 4.18

Pernyataan tingkat penambahan jenis kue

Kategori	Frekuensi	%
Sangat ada penambahan jenis kue	1	1.5
Ada penambahan jenis kue	0	0
Cukup ada penambahan jenis kue	3	4.5
Tidak ada penambahan	43	64.2

jenis kue		
Sangat tidak ada penambahan jenis kue	20	29.9
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.15 dari tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 64.2% menyatakan tidak setuju terkait dengan penambahan jenis kue. Responden yang merupakan konsumen cake yo & yo menilai bahwa jenis kue yang dihasilkan masih tetap tidak ada penambahan jenis kue.

Tabel 4.19

Skor Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk

No	Indikator	Skor
1	Perubahan desain	230
2	Innovasi Teknis	262
3	Pengembangan produk	238
Total		730

Tabel 4.20

Skor Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk

Skor / Total	Skor dalam %
730	$\frac{730}{5x6x67}$ x 100% = 36,3%

Tabel 4.21

Pengkategorian Jawaban Responden Untuk Inovasi Produk

NO	% JumlahSkor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Tidakinovatif
2	**36.01% - 52.00%**	**KurangInovatif**

3	52.01% - 68.00%	CukupInovatif
4	68.01% - 84.00%	Baik Inovatif
5	84.01% - 100%	SangatInovatif

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai persentase hasil pembagian dengan skor aktual dengan skor ideal yang diperoleh adalah sebesar 36,3% yang berada pada rentang interval antara 36.01% - 52.00% hal ini menunjukan inovasi produk tergolong rendah.

4.3.4 Deskriptif Variabel Daya Saing (Y)

Tabel 4.22

Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk

Kategori	Frekuensi	%
Sangat sesuai dengan kualitas produk	42	62.7
Sesuai dengan kualitas produk	15	22.4
Cukup sesuai dengan kualitas produk	8	11.9
Tidak sesuai dengan kualitas produk	0	0
Sangat tidak setuju	2	3.0
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.19 di atas menjelaskan mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk. Dari tabel tersebut diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 62,7% menyatakan sangat setuju. Artinya harga yang di

tawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk.

Tabel 4.23

Harga Yang Ditawarkan Lebih Mahal Di Bandingkan Toko Lain

Kategori	Frekuensi	%
Sangat mahal	1	1.5
Mahal	3	4.5
Cukup mahal	3	4.5
Tidak mahal	28	41.8
Sangat tidak mahal	32	47.8
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Tabel 4.20 dari tabel diatas diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari responden menyatakan sangat tidak setuju jika harga yang di tawarkan cake yo & yo lebih mahal jika dibandingkan dengan harga di toko lain, hal ini ditunjukan dengan mayoritas responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 47,8%.

Tabel 4.24

Pernyataan tingkat keawetan produk

Kategori	Frekuensi	%
Sangat awet	23	34.3

Awet	28	41.8
Cukup awet	12	17.9
Tidak awet	3	4.5
Sangat tidak awet	1	1.5
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa hampir seluruh dari responden berpendapat bahwa produk kue cake yo & yo tidak cepat basi/awet, sehingga para konsumen tidak perlu khawatir dengan produk tersebut. Pernyataan positif ini ditunjukan dengan mayoritas responden yang menyatakan setuju sebanyak 41,8%.

Tabel 4.25

Pernyataan tingkat kualitas kebersihan terjamin

Kategori	Frekuensi	%
Sangat kualitas	26	38.8
Kualitas	22	32.8
Cukup kualitas	13	19.4
Tidak kualitas	5	7.5
Sangat tidak kualitas	1	1.5
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Dari tabel di atas diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari responden sebanyak 38,8% menilai bahwa produk kue cake yo & yo kualitas kebersihan terjamin, sedangkan paling sedikit dari responden sebnayak 1,5% yang menilai kualiats kebersihan tidak terjamin.

Tabel 4.26

Pernyataan tingkat produk kue berbeda dengan yang lain

Kategori	Frekuensi	%
Sangat berbeda	0	0
Berbeda	0	0
Cukup berbeda	15	22.4
Tidak berbeda	42	62.7
Sangat tidak berbeda	10	14.9
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagaian besar dari responden menilai perusahaan kue cake yo & yo produk kuenya berbeda dengan yang lain. Hal ini ditunjukan dengan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 62,7%.

Tabel 4.27

Pernyataan tingkat mempunyai ciri khas tampilan produk

Kategori	Frekuensi	%
Sangat mempunyai ciri khas	0	0
Mempunyai ciri khas	0	0
Cukup mempunyai ciri khas	21	31.3
Tidak mempunyai ciri khas	33	49.3
Sangat tidak mempunyai ciri khas	13	19.4
Jumlah	67	100

Sumber : data kuesioner yang telah diolah,2012

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa hampir seluruh dari responden berpendapat bahwa produk kue yo & yo tidak mempunyai ciri khas

yang berbeda, hal ini ditunjukan dengan mayoritas responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 49,3%.

Tabel 4.28

Skor Tanggapan Responden Terhadap Daya saing

No	Indikator	Skor
1	Harga Bersaing	410
2	Kualitas Produk	538
3	Keunggulan Produk	281
Total		1229

Tabel 4.29

Skor Tanggapan Responden Terhadap Daya saing

Skor / Total	Skor dalam %
1229	$\frac{1229}{5x6x67}$ X 100% = 61,1%

Tabel 4.30

Pengkategorian Jawaban Responden Untuk Daya saing

NO	% JumlahSkor	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	TidakDaya Saing
2	36.01% - 52.00%	KurangDaya Saing
3	**52.01% - 68.00%**	**CukupDaya Saing**
4	68.01% - 84.00%	Daya Saing
5	84.01% - 100%	SangatDaya Saing

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai persentase hasil pembagian dengan skor ideal yang diperoleh variabel daya saing adalah sebesar 61,1%, nilai ini berada pada rentang interval antara 52.01% - 68.00%. Hal ini menunjukan bahwa produk kue cake yo & yo memiliki daya saing yang cukup tinggi.

Tabel 4.31

Hasil perhitungan skor tiap indikator

Kreativitas (X1)	Presentase (%)	Penjelasan
Kemampuan mengembangkan ide-ide baru	81,3%	Hasil presentase tersebut menjelaskan bahwa indikator tertinggi untuk variabel kreativitas (X1) kemampuan pengembangan ide baru dalam pembuatan kue. Sedangkan indikator terendah yaitu keahlian hal itu lah yang menyebabkan tidak ada keberagaman kue
Keahlian	39.8%	
Motivasi	49,2%	
Total Variabel	56,8%	Hasil presentase kreativitas masuk dalam kategori cukup baik. Hal ini menunjukan kreativitas sudah cukup maksimal
Inovasi Produk (X2)	Presentase	Penjelasan

Perubahan desain	34,3%	Aspek indikator yang paling tinggi adalah inovasi teknis. Sedangkan indikator terendah adalah perubahan desain, hal ini cake yo & yo tidak ada perubahan desain tiap bulannya
Inovasi teknis	39,1%	
Pengembangan produk	35.5%	
Total variabel	36,3%	Hasil presentasi yang diperoleh cukup kurang baik/rendah. Hal iniberarti bahwa cake yo7 yo belum bisa membuat inovasi pada produk kuenya.
Daya sainy (Y)	Presentase	Penjelaan
Harga bersing	61.1%	Aspek indikator yang paling tinggi ntuk variabel daya saing yaitu kualitas produk,hal tersebut dikarnakan cake yo& yo mempunya kualitas keberihan yang terjaminn dan kue yang tidak cepat basi. Sedngkan indikator yangb paling rendah adalah keunggulan produk. Hal ini disebabkan oleh produk kue yang tidak mempunyai khas dalam produk kuenya.
Kualitas produk	80,3%	
Keunggulan produk	41.9%	
Total variabel	61.1%	Hasil presentase dari daya saing masuk dalam kategori cukup tinggi. Hal ini berarti bahwa produk cake yo & yo bisa bersaing dengan pesaing yang lainnya.

4.4 Analisis Verifikatif

Permasalahan yang diteliti dalam penelitian akan dijawab melalui pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda dan analisi korelasi. Tujuannya menguji pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap daya saing.

Data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 67 sampel. Kuesioner yang digunakan mempunyai skala pengukuran pengumpulan data ordinal. Untuk

memenuhi syarat data yang digunakan sekurang-kurangnya mempunyai tingkat pengukuran interval,data hasil kuesioner terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval menggunakan method of successive interval (MSI). Hasil perhitungan skor data variabel X dan Y setelah ditransformasikan menjadi skala interval menggunakan method of successive interval (MSI).

4.4.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya saing

Dengan menggunakan bantuan *software for window,* diperoleh hasil analisis korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.32

Korelasi Kreativitas Dengan Daya saing

Correlations

K	F	,260
	S	,034
	V	67
Ir	F	,240
	S	,050
	V	67

Berdasarkan output di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi antara kreativitas (X_1) dengan daya saing (Y) adalah sebesar 0,260. Nilai korelasi bertanda positif, yang menandakan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin tinggi kreativitas, maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya daya saing . Nilai sebesar 0,260 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara kreativitas dan daya saing berada dalam kategori hubungan yang rendah, karena berada diantara rentang interval antara 0,21-0,40

4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Daya saing

Dengan menggunakan bantuan *software SPSS for window,* diperoleh hasil analisis korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.33

Korelasi Inovasi Produk Dengan Daya saing

Correlations

K	F	,260
	S	,034
	V	67
Ir	F	,240
	S	,050
	V	67

Berdasarkan output di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi antara Inovasi Produk (X_2) dengan Daya saing (Y) adalah sebesar 0,240. Nilai korelasi bertanda positif, yang menandakan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin tinggi inovasi produk, maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya Daya saing . Nilai sebesar 0,240 berada pada kategori hubungan yang rendah, karena berada diantara rentang interval antara 0,21-0,40.

4.4.3 Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Daya saing Pada Bisnis Usaha Cake Yo & Yo Bandung

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap daya saing pada bisnis cake yo & yo Bandung dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

4.4.3.1Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

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

$\hat{Y}$ = Nilai taksiran untuk variabel daya saing

a = Konstanta

b_i = Koefisien regresi

X_1 = Kreativitas

X_2 = Inovasi produk

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.34 Koefisien Regresi

Coefficients

1	((	10,8	2,148		5,032	,000
	K	,270	,122	,259	2,216	,030
	Ir	,182	,089	,240	2,050	,045

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai a sebesar 10,809, nilai b_1 sebesar 0,270 dan b_2 sebesar 0,182. Dengan demikian maka dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 10{,}809+0{,}270\ X_1 + 0{,}182X_2$$

Nilai a dan b_i dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = 10,809 artinya: jika kreativitas dan inovasi produk bernilai 0 maka daya saing akan bernilai 10,809 satuan.

b_1 = 0,270 artinya: jika kreativitas meningkat sebesar satu, sementara inovasi produk konstan, maka daya saing akan meningkat sebesar 0,270 satuan.

b_2 = 0,182 artinya: jika inovasi produk meningkat sebesar satu satuan, sementara kreativitas konstan maka daya saing akan meningkat sebesar 0,182 satuan.

4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari nilai korelasi (R) disebut juga sebagai *R-Square.* Dengan menggunakan *Software SPSS for window,* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.35

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary

1	,354	,125	,098	2,516

Berdasarkan output di atas, diketahui bahwa nilai koeifisien determinasi atau *R-Square* adalah sebesar 0,125 atau 12,5%. Hal ini menunjukan bahwa kreativitas dan inovasi produk memberikan pengaruh terhadap daya saing sebesar 12,5%, sedangkan sisanya sebesar 100%-12,5%= 87,5% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan untuk melihat kontribusi pengaruh dari setiap variabel bebas secara parsial dapat diketahui dengan mengalikan nilai *beta* dengan nilai *zero order* sebagai berikut:

Tabel 4.36

Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Berdasarkan output di atas dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh X_1 terhadap Y = 0,259 x 0,260 = 0,067 atau 6,7%

Pengaruh X_2 terhadap Y = 0,240 x 0,240 = 0,057 atau 5,8%

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa variabel kreativitas (X_1) memberikan pengaruh paling besar terhadap daya saing (Y) yakni sebesar 6,7% dan diikuti oleh variabel inovasi produk(X_1) dengan pengaruh sebesar 5,8%.

4.5.Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

- **Pengujian X_1**

H_0:$\beta_1 = 0$, Kreativitastidak berpengaruhsignifikan terhadap daya saing pada konsumen Cake yo & yo .

H_1:$\beta_1 \neq 0$, kreativitasberpengaruh terhadap daya saing pada konsumen Cake yo & yo.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya.

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1

sebagai berikut:

Tabel 4.38
Koefisienuji hipotesis parsial X_1

Coefficients

1	((	10,8	2,148		5,032	,000
	K	,270	,122	,259	2,216	,030
	Ir	,182	,089	,240	2,050	,045

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk kreativitas sebesar 2,216. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=67-2-1=64, diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,988. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 2,216 > nilai t tabel (1,988), maka Ho ditolak artinya Kreativitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Daya saing. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:

Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis Parsial X_1 terhadap Y

- **Pengujian X_2**

Ho:$\beta_2 = 0$, Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap daya saing pada konsumen Cake yo & yo .

H_1:$\beta_2 \neq 0$, Inovasi Produk berpengaruh terhadap daya saing pada konsumen Cake yo & yo .

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

Tabel 4.40

Koefisienuji hipotesis parsial X_2

Coefficients

1	((	10,8	2,148	5,032	,000
	K	,270	,122	,259	2,216	,030
	Ir	,182	,089	,240	2,050	,045

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk Inovasi Produk sebesar 2,050. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=67-2-1=64, diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,988. Diketahui bahwa t hitung untuk X_2 sebesar 2,050 > nilai t tabel (1,988), maka Ho ditolak artinya inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap daya saing . Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_2 tampak sebagai berikut:

Gambar 4.3 Kurva Uji Hipotesis Parsial X_2 terhadap Y