BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Pepeew pertama kali berdiri, karena pada waktu itu sang pemilik (Rangga) dia merasa bahwa baju yang berada di beberapa distro atau factory outlet terlihat terlalu monoton dalam perkembangan mode yang ada. Sehingga dia mempunyai ide untuk membuat baju yang berbeda dan berkiblat ke fashion casual luar negri dengan mengkombinasikan pakaian yang lebih casual dan stylish.

Namun pada saat itu dia belum terfikirkan semua design baju yang bisa memiliki nilai jual yang cukup bagus. Berawal tahun 2006 dengan menjual t-shirt v-neck dengan berbagai warna dia pun mencoba. Tanpa disadari ternyata beberapa teman dekat banyak yang tertarik dengan ide yang dikeluarkan olehnya sehingga pesanan bertambah. Seiring dengan banyaknya orang yang menilai bahwa design kaos yang sangat bagus dan banyaknya permintaan baju Pepeew dari teman-temannya maka pada tahun 2009 awal resmi di bukanya toko atau distro Pepeew.

Dalam awal berdirinya Pepeew ini pernah mengalami permasalahan baik itu dari intern perusahaan maupun ekstern perusahaan. Untuk masalah luar perusahaan tentu terbayang apabila konsumen tidak tertarik akan ide-ide dan inovasi yang muncul saat akan memulai karir bisnis ini. Terutama konsumen lebih tertarik akan model-model yang penuh gambar di desain kaosnya atau fullprint. Untuk masalah intern perusahaan, salah satunya adalah keterlambatannya proses

produksi dari jadwal yang sudah ditentukan. Tetapi dengan berjalannya waktu, masalah demi masalah pun sudah bisa diatasi dan dikelola sedemikian rupa agar tidak terjadi dikemudian hari.

Pada tahun 2010, Pepeew mensuport salah satu band yang sudah cukup memiliki nama yaitu Drive dengan berupa support baju pada saat pembuatan video clip nya yang berjudul "Akulah Dia". Dan itu cukup menarik pasar dalam memperluas nama Pepeew. Begitu juga saat Drive pentas di acara Dahsyat salah satu acara TV Swasta Indonesia.

Lalu Rangga (pemilik) mendapat tawaran dari salah satu band metal indie Jakarta yaitu March di tahun 2010 juga untuk mengadakan beberapa tour kecil dengan mengikut sertakan dia sebagai adisional bass dan sekaligus disponsori oleh Pepeew Saat di Score Ciwalk Bandung dan beberapa kota lainnya.

Mulai menginjak tahun 2011, Pepeew pun mulai melakukan endosrment pada band indie local Bandung yaitu Dark Terror. Salah satu band Hardcore yang sudah dikenal baik reputasinya di komunitas music Bandung.

Dan menginjak tahun 2012 selanjutnya Tears of Joy mendapat tawaran dari Pepeew untuk men-endorsmentnya.

Sampai sekarang ini Pepeew sudah mampu bertahan di dunia industri pakaian, serta sudah memiliki beberapa gerai di luar kota khusunya dikota-kota besar yang ada di Indonesia.

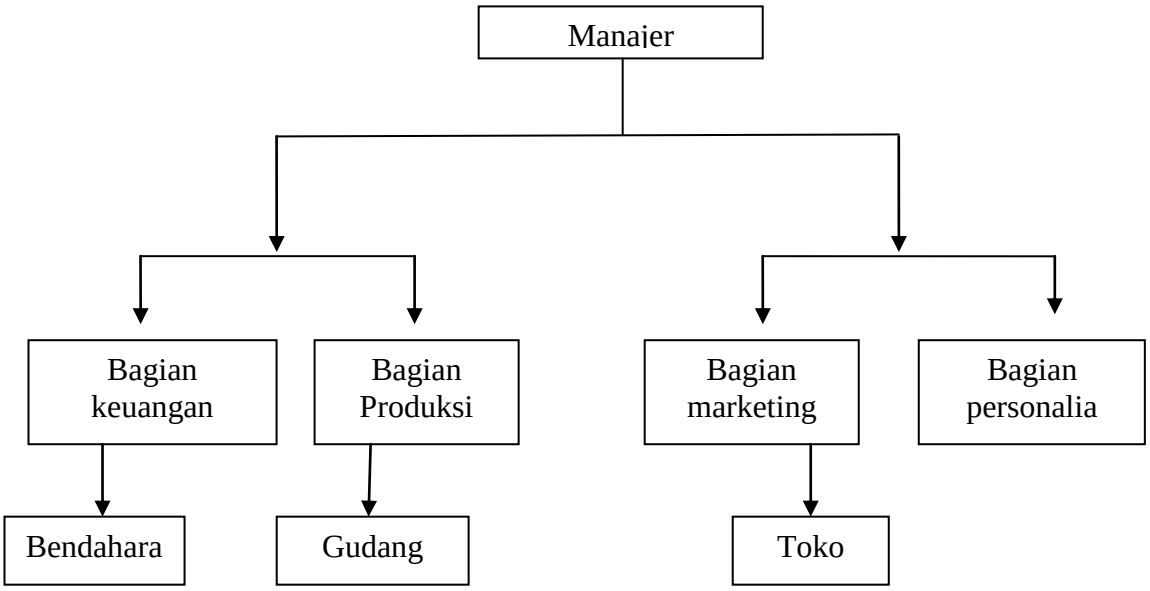
Visi Pepeew

- Untuk masyarakat agar mendapatkan barang yang bagus dan berkualitas.

Misi Pepeew

- Menyediakan kualitas pakaian yang baik.
- Menghadirkan fashion dengan harga yang terjangkau.
- Memberikan warna yang baru dalam fashion casual dan stylish.

4.1.2 Struktur Organisasi Pepeew



Sumber : DistroPepeew

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pepeew

4.1.3 Deskripsi Tugas

4.1.3.1 Manajer

a. Tugas

- Memegang kekuasaan secara penuh dan bertanggung jawab terhadap pengembangan perusahaan secara keseluruhan.

- Menentukan kebijakan yang dilaksanakan perusahaan.
- Melakukan penjadwalan seluruh kegiatan perusahaan.

b. Wewenang

- Sebagai pimpinan tertinggi perusahaan.

c. Tanggung jawab

- Bertanggung jawab sepenuhnya pada perusahaan jika terjadi masalah.

4.1.3.2 Bagian Keuangan

a. Tugas

- Mengurusi tentang pembayaran gaji karyawan perusahaan.
- Melaksanakan dan menyelanggarakan pengelolaan keuangan perusahaan.
- Mengurus pembukuan mengenai transaksi yang dilakukan oleh perusahaan.
- Mencatat keuangan tiap bulan.
- Melakukan pengelolaan keuangan melliputi penetapan pengembangan kebijaksanaan pengelolaan keuangan, pengelolaan kas dan pengendalian penyertaan modal karyawan.

b. Wewenang

- Mengawasi dan mengembangkan bidang keuangan.

c. Tanggung jawab

- Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya kepada Bagian Keuangan bertanggung jawab kepada manajer.

4.1.3.3 Bagian Produksi

a. Tugas

- Memimpin dan menyelenggarakan pengelolaan bidang produksi.
- Menunjang fungsi lain dibidang produksi.
- Melakukan koordinasi seluruh aktivitas produksi.
- Membantu Direksi menyusun kebijakan perusahaan yang dilandasi dengan bidangnya.
- Mengkoordinasi dan mengawasi semuanya kegiatan dan pelaksanaan produksi serta memeriksa hasil jadi agar sesuai dengan kualitas yang ditentukan.

b. Wewenang

- Mengawasi dan mengembangkan bidangnya serta menjalankan penelitian dan penilaian kinerja serta mekanisme dibidangnya.

c. Tanggung jawab

- Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya Kepala Bagian Produksi bertanggung jawab kepada manajer.

4.1.3.4 Bagian Marketing

a. Tugas

- Mencari dan menerima order dari pelanggan.
- Mengumpulkan data dan teknik penjualan.
- Membuat dan mengajukan rencana penjualan kepada pimpinan.

- Membuat order pesanan dan order kerja dari pesanan yang telah disetujui oleh pelanggan dan seterusnya ke bagian produksi untuk penjualan.

b. Wewenang

- Mengatur bidang pemasaran sesuai dengan peraturan yang berlaku di perusahaan.

c. Tanggung Jawab

- Dalam menjalankan tugas dan wewenangnya Kepala Seksi Pemasaran bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Produksi.

4.1.3.5 Bagian Personalia

a. Tugas

- Memimpin seksi personalia dan umum beserta stafnya.
- Membina dan mengembangkan disiplin aparatur dibidangnya.

b. Wewenang

- Wajib melaporkan perkembangan karyawan setiap bulannya, merekrut karyawan, memelihara dan menjaga asset perusahaan dan menjaga kebersihan lingkungan kantor.

c. Tanggung jawab

- Dalam menajalankan tugas dan wewenangnya Kapala Seksi Personalia dan Umum bertanggung jawab kepada manajer.

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

Pepeew adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion. Salah satunya adalah menjual pakaian pria, awalnya perusahaan ini hanya menjual baju dengan model yang simple.

Namun seiring dengan banyaknya permintaan dari konsumen maka untuk saat ini Pepeew tidak hanya menjual baju saja melainkan berbagai macam aparel, seperti jacket, sweater, kemeja, celana panjang maupun pendek, blazer, dsb.

4.2 Karakteristik Responden

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 64 orang. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X1 (Kreativitas), X2 (Inovasi) dan variabel Y (Keunggulan Bersaing). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi.

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	56	87,5
2	Wanita	8	12,5
Jumlah		64	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat mayoritas responden sebanyak 56 orang (87,55%) berjenis kelamin pria dan 8 orang (12,5%) berjenis kelamin wanita. Dari data di atas dapat di lihat bahwa Pepeew lebih sering dikunjungi oleh kaum pria. Dikarenakan penelitian ini difokuskan terhadap produk pakaian pria, maka kaum pria lebih sering mengunjunginya daripada kaum wanita. Untuk kaum wanita sendiri, beberapa diantaranya membeli untuk hadiah pasangannya.

4.2.2 Usia Responden

Tabel 4.2
Usia

No	Usia	f	%
1	< 20 Tahun	14	21,88
2	21 – 30 Tahun	42	65,63
3	31 – 40 Tahun	8	12,5
4	41 – 50 Tahun	0	0
5	Di atas 50 Tahun	0	0
Jumlah		64	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 14 orang (21,88%) berusia dibawah 20 tahun, 42 orang (65,63%) berusia antara 20-30 tahun dan 8 orang

lainnya (12,5%) berusia antara 31-40 tahun. Jadi banyaknya jumlah pengunjung berdasarkan usia yang paling banyak antara 20-30th. Dikarenakan mahasiswa lebih menyukai perkembangan mode pakaian untuk saat ini.

4.2.3. Status Responden

Tabel 4.3
Status

No	Status	f	%
1	Lajang	51	79,69
2	Menikah	13	20,32
Jumlah		64	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan status. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 51 orang (79,69%) berstatus lajang, 13 orang (20,32%) berstatus menikah. Jadi banyaknya jumlah pengunjung berdasarkan status yang paling banyak adalah yang berstatus lajang. Karena dominan adalah mahasiswa dan pelajar yang dating berkunjungnya.

4.2.4 Pekerjaan Responden

Tabel 4.4
Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	Pelajar / Mahasiswa	51	79,69
2	Pegawai Negeri	6	9,38
3	Pegawai Swasta	3	4,69
4	Wiraswasta	2	3,13
5	Ibu rumah tangga	2	3,13
Jumlah		64	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 51 orang (79,69%) berstatus pelajar / mahasiswa, 6 orang (9,38%) berstatus pegawai negri, 3 orang (4,69%) berstatus pegawai swasta, 2 orang (3,13%) berstatus wiraswata, 2 orang (3,13%) berstatus ibu rumah tangga. Jadi banyaknya pengunjung berdasarkan status pekerjaan paling banyak adalah berstatus sebagai pelajar / mahasiswa. Dilihat dari data tersebut jelas mahasiswa dan pelajar lebih tertarik akan perkembangan fashion.

4.2.5 Responden Mendapat Informasi Mengenai Pepeew

Tabel 4.5
Informasi Pepeew

No	Pekerjaan	f	%
1	Keluarga	4	6,25
2	Teman	22	34,38
3	Brosur	10	15,63
4	Internet	25	39,07
5	Melihat sendiri	3	4,69
Jumlah		64	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan informasi mengenai Pepeew. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 4 orang (6,25%) mendapat informasi mengenai Pepeew melalui keluarga, 22 orang (34,38%) mendapat informasi mengenai Pepeew melalui teman, 10 orang (15,63%) mendapat informasi mengenai Pepeew melalui brosur, 25 orang (39,07%) mendapat informasi mengenai Pepeew melalui internet, 3 orang (4,69%) mendapat informasi mengenai Pepeew dengan melihat sendiri. Jadi banyaknya

jumlah pengunjung yang mengetahui informasi mengenai Pepeew adalah 25 orang yang melihat dari internet. Situs jejaring social adalah penghubung yang paling tepat, oleh karena itu secara sengaja ataupun tidak sengaja orang-orang pun pasti akan melihat.

4.3 Analisis Deskriptif

4.3.1 Kreativitas

Variabel kreativitas terdiri dari 8 indikator yakni indikator Terbuka terhadap pengalaman, pengamatan, keinginan dan toleransi pada ambiguitas, kemandirian, memerlukan dan menerima otonomi, percaya diri, tidak sedang tunduk pada siapapun dan bersedia mengambil resiko dengan 11 item pernyataan diajukan secara keseluruhan. Berikut disajikan kecenderungan jawaban konsumen pada setiap indikatornya masing-masing.

1. Terbuka Terhadap Pengalaman

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator terbuka terhadap pengalaman, sebagai berikut:

Tabel 4.6
Pepeew terbuka terhadap pengalaman apa yang diinginkan konsumen terdahulu sampai sekarang

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	25	39.06	125
Setuju	4	15	23.44	60
Cukup Setuju	3	12	18.75	36
Tidak setuju	2	9	14.06	18
Sangat tidak setuju	1	3	4.69	3
Total				**242**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew terbuka terhadap pengalaman apa yang diinginkan konsumen terdahulu sampai sekarang dengan persentase sebesar 39,06%. Pepeew tidak hanya terbuka terhadap konsumen, tetapi juga terbuka terhadap orang lain yang hanya sekedar bertanya mengenai produk mereka. Semua masukan yang bisa membangun daya kreatif Pepeew mereka tampung, oleh karena itu konsumen merasa bahwa Pepeew memang terbuka terhadap pengalaman mereka baik yang negative maupun positif.

2. Pengamatan

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator pengamatan, sebagai berikut:

Tabel 4.7
Pepeew melihat dan mengamati style yang lagi up date di lingkungan orang-orang untuk saat ini

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	26	40.63	130
Setuju	4	17	26.56	68
Cukup Setuju	3	18	28.13	54
Tidak setuju	2	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**258**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew melihat dan mengamati style yang lagi up date di lingkungan orang-orang untuk saat ini dengan persentase sebesar 40,63%. Konsumen merasakan apa yang ditawarkan Pepeew memang brand yang mengikuti perkembangan casual yang stylish, simple dan berbeda.

3. Keingingan Dan Toleransi Pada Ambiguitas

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator keingingan dan toleransi pada ambiguitas, sebagai berikut:

Tabel 4.8
Pepeew Memberikan Toleransidan Informasi Terhadap Hal-Hal Yang Kurang Jelas Yang Diingankan Oleh Konsumen

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	30	46.88	150
Setuju	4	22	34.38	88
Cukup Setuju	3	7	10.94	21
Tidak setuju	2	4	6.25	8
Sangat tidak setuju	1	1	1.56	1
Total				**268**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew memberikan toleransidan informasi terhadap hal-hal yang kurang jelas yang diingankan oleh konsumen dengan persentase sebesar 46,88%. Dalam memberitahu jenis kain, model dan jenis model, atau bahkan cara transaksi, konsumen merasa bahwa hal yang diinginkan dapat dengan jelas tersalur melalui informasi yang Pepeew berikan.

4. Kemandirian

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator kemandirian, sebagai berikut:

Tabel 4.9
Pepeew menilai produknya sendiri berkualitas dan layak untuk dipasarkan kepada konsumen

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	17	26.56	85
Setuju	4	14	21.88	56
Cukup Setuju	3	23	35.94	69
Tidak setuju	2	6	9.38	12
Sangat tidak setuju	1	4	6.25	4
Total				**226**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan cukup setuju bahwa Pepeew menilai produknya sendiri berkualitas dan layak untuk dipasarkan kepada konsumen dengan persentase sebesar 35,94%. Konsumen merasa cukup dengan kualitas dengan kesiapan Pepeew menjual produknya

Tabel 4.10
Pepeew dalam membuat ide produk-produk yang sudah ada siap dan matang untuk dipasarkan kepada konsumen

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	38	59.38	190
Setuju	4	11	17.19	44
Cukup Setuju	3	8	12.50	24
Tidak setuju	2	7	10.94	14
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**272**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew dalam membuat ide produk-produk yang sudah ada siap dan matang untuk dipasarkan kepada konsumen dengan persentase sebesar 59,38%. Hal baru yang akan dikeluarkan untuk season selanjutnya, konsumen

merasa bahwa ide tersebut memang pantas untuk dipasarkan pada season-season selanjutnya, dan selalu tepat dengan momen yang booming disekitar.

Tabel 4.11
Pepeew Sudah Mengambil Tindakan Yang Tepat Menjual Produk-Produk Ke Pasaran Dengan Tema Yang Casual Dan Stylish

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	34	53.13	170
Setuju	4	17	26.56	68
Cukup Setuju	3	8	12.50	24
Tidak setuju	2	5	7.81	10
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**272**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew sudah mengambil tindakan yang tepat menjual produk-produk ke pasaran dengan tema yang casual dan stylish dengan persentase sebesar 53,13%. Dengan mengambil tindakan yang berbeda dengan distro pada umumnya yang masih menjual produk dengan model baju yang bergambar, Pepeew termasuk berani mengambil tindakan yang tepat tentunya dengan menjual model bertema basic (polos).

Tabel 4.12
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Kemandirian

No	Pertanyaan	Skor
1	Pepeew menilai produknya sendiri berkualitas dan layak untuk dipasarkan kepada konsumen	226
2	Pepeew dalam membuat ide produk-produk yang sudah ada siap dan matang untuk dipasarkan kepada konsume	272
3	Pepeew sudah mengambil tindakan yang tepat menjual produk-produk ke pasaran dengan tema yang casual dan stylish	272
TOTAL		770

Tabel 4.13
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Kemanadirian

Skor/Total	Skor dalam %
770	$\frac{770}{(64x3x5)} x100\% = 56,7\%$

Tabel 4.14
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak baik
• 36% - < 52%	• Tidak Baik
• **52% - < 68%**	• **Cukup Baik**
• 68% - < 84%	• Baik
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 770, dengan pernyataan sebanyak 3 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 960. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 56,7% . Nilai 56,7% termasuk pada kategori cukup baik (52%-<68%). Maka dapat disimpulkan bahwa kemadirian dinilai baik.

5. Memerlukan Dan Menerima Otonomi

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator memerlukan dan menerima otonomi, sebagai berikut:

Tabel 4.15
Pepeew memberikan konsep yang berbeda pada produk pakaiannya

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	13	20.31	65
Setuju	4	13	20.31	52
Cukup Setuju	3	33	51.56	99
Tidak setuju	2	5	7.81	10
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**226**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan cukup setuju bahwa Pepeew memberikan konsep yang berbeda pada produk pakaiannya dengan persentase sebesar 51,56%. Konsep Pepeew pada setiap seasonnya sendiri konsumen merasa cukup setuju. Konsumen pun berharap terus ditingkatkan konsep Pepeew agar lebih menarik dan tidak monoton dari season-season sebelumnya.

Tabel 4.16
Pepeew memberikan sesuatu yang unik pada produknya dibanding dengan produk pada umumnya

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	11	17.19	55
Setuju	4	19	29.69	76
Cukup Setuju	3	30	46.88	90
Tidak setuju	2	4	6.25	8
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**229**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan cukup setuju bahwa Pepeew memberikan sesuatu yang unik pada produknya disbanding dengan produk pada umumnya dengan persentase sebesar 46,88%.

Konsumen berharap memberikan sesuatu yang lebih unik lagi untuk season-season selanjutnya tertutama untuk jaket, kemeja dan blazer maupun coat.

Tabel 4.17
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Memerlukan Dan Menerima Otonomi

No	Pertanyaan	Skor
1	Pepeew memberikan konsep yang berbeda pada produk pakaiannya	226
2	Pepeew memberikan sesuatu yang unik pada produknya disbanding dengan produk pada umumnya	229
TOTAL		455

Tabel 4.18
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Memerlukan Dan Menerima Otonomi

Skor/Total	Skor dalam %
445	$\frac{445}{(64x2x5)} x100\% = 71,09\%$

Tabel 4.19
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Sangat Tidak baik • Tidak Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 445, dengan pernyataan sebanyak 2 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 640. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 71,09% . Nilai 71,09% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa memerlukan dan menerima otonomi dinilai baik.

6. Percaya Diri

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator percaya diri, sebagai berikut:

Tabel 4.20
Pepeew percaya diri dengan produk-produk yang di keluarkannya untuk menarik minat konsumen

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	29	45.31	145
Setuju	4	16	25.00	64
Cukup Setuju	3	11	17.19	33
Tidak setuju	2	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	1	5	7.81	5
Total				**253**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew percaya diri dengan produk-produk yang di keluarkannya untuk menarik minat konsumen dengan persentase sebesar 45,31%. Produk yang dikeluarkan Pepeew memang sangat menarik minat konsumen terutama yang masih awam atau konsumen baru dengan model yang simple dan casual.

7. Tidak Sedang Tunduk Pada Siapapun

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator tidak sedang tunduk pada siapapun, sebagai berikut:

Tabel 4.21
Pepeew menjual produk pakaian berbeda dari distro-distro yang umum ada di Bandung

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	24	37.50	120
Setuju	4	19	29.69	76
Cukup Setuju	3	15	23.44	45
Tidak setuju	2	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	1	3	4.69	3
Total				**250**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew menjual produk pakaian berbeda dari distro-distro yang umum ada di Bandung dengan persentase sebesar 37,50%. Pepeew tidak mengikuti arus distro-distro pada umumnya dan itu yang menyebabkan orang tertarik pada produknya.

8. Bersedia Mengambil Resiko

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada indikator bersedia mengambil resiko, sebagai berikut:

Tabel 4.22
Pepeew berani dengan mengambil konsep yang berbeda dibanding pasar distro-distro pada umumnya

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	36	56.25	180
Setuju	4	16	25.00	64
Cukup Setuju	3	9	14.06	27
Tidak setuju	2	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**277**

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas tanggapan responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew berani dengan mengambil konsep yang berbeda dibanding pasar distro-distro pada umumnya dengan persentase sebesar 56,25%. Konsumen salut dengan cara Pepeew mengambil resiko dengan menjual produk yang memang termasuk berbeda untuk lingkungan distro local pada umumnya.

Tabel 4.31
Kreativitas

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Terbuka terhadap pengalaman	242	75.6
2	Pengamatan	258	80.6
3	keingingan dan toleransi pada ambiguitas	268	83.8
4	Kemandirian	770	56.7
5	memerlukan dan menerima otonomi	455	71.09
6	percaya diri	253	79.1
7	tidak sedang tunduk pada siapapun	250	78.1
8	bersedia mengambil resiko	277	86.6
TOTAL		2773	

Tabel 4.32
Kreativitas

Skor/Total	Skor dalam %
2773	$\frac{2773}{(64x11x5)} x100\% = 78,8\%$

Tabel 4.33
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Sangat Tidak baik • Tidak Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 2773, dengan pernyataan sebanyak 11 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 3520. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 78,8% (dapat dilihat dilampiran). Nilai 78,8% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa kreatif dinilai baik dengan presentase tertinggi pada indikator bersedia mengambil resiko sebesar 86,6% dan terendahnya pada terbuka terhadap kemandirian sebesar 56,7%.

4.3.2 Inovasi

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel inovasi yang terdiri dari 4 item pernyataan sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk

Tabel 4.34
produk yang dikeluarkan setiap season selalu berkembang / unik

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	25	39.06	125
Setuju	4	24	37.50	96
Cukup Setuju	3	6	9.38	18
Tidak setuju	2	8	12.50	16
Sangat tidak setuju	1	1	1.56	1
Total				**256**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa produk yang dikeluarkan setiap

season selalu berkembang / unik, yang dinyatakan sebanyak 39,06%. Konsumen merasakan perubahan dan perkembangan setiap seasonnya.

Tabel 4.35
Tanggapan Anda mengenai Pepeew meniru contoh produk luar yang dikembangkan untuk memiliki keunikan tersendiri

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	34	53.13	170
Setuju	4	10	15.63	40
Cukup Setuju	3	10	15.63	30
Tidak setuju	2	10	15.63	20
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**260**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa tanggapan Anda mengenai Pepeew meniru contoh produk luar yang dikembangkan untuk memiliki keunikan tersendiri, yang dinyatakan sebanyak 53,13%. Peniruan disertai dengan pengembangan memang menarik minat konsumen dengan sangat baik.

Tabel 4.36
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Pengembangan Produk

No	Pertanyaan	Skor
1	produk yang dikeluarkan setiap season selalu berkembang / unik	256
2	tanggapan Anda mengenai Pepeew meniru contoh produk luar yang dikembangkan untuk memiliki keunikan tersendiri	260
TOTAL		516

Tabel 4.37
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Pengembangan Produk

Skor/Total	Skor dalam %
516	$\frac{516}{(64x2x5)} x100\% = 80,6\%$

Tabel 4.38
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak baik
• 36% - < 52%	• Tidak Baik
• 52% - < 68%	• Cukup Baik
• **68% - < 84%**	• **Baik**
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 516, dengan pernyataan sebanyak 2 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 640. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 80,6% . Nilai 80,6% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan produk dinilai baik.

2. Pengenalan produk baru

Tabel 4.39
Pepeew memperkenalkan produk baru dalam fashion untuk lingkungan pasar lokal

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	24	37.50	120
Setuju	4	16	25.00	64
Cukup Setuju	3	16	25.00	48
Tidak setuju	2	4	6.25	8
Sangat tidak setuju	1	4	6.25	4
Total				**244**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew memperkenalkan produk baru dalam fashion untuk lingkungan pasar lokal, yang dinyatakan sebanyak 37,5%. Konsumen memang merasakan Pepeew memperkenalkan fashion yang baru di lingkunngan pasar lokal. Itu menyebabkan daya tarik yang kuat bagi para konsumen.

Tabel 4.40
Pepeew memperkenalkan produk baru dimata konsumen

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	31	48.44	155
Setuju	4	20	31.25	80
Cukup Setuju	3	11	17.19	33
Tidak setuju	2	1	1.56	2
Sangat tidak setuju	1	1	1.56	1
Total				**271**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew memperkenalkan produk baru dimata konsumen, yang dinyatakan sebanyak 48,44%. Konsumen memang

merasakan Pepeew memperkenalkan produk yang baru di lingkunngan pasar lokal. Itu menyebabkan daya tarik yang kuat bagi para konsumen.

Tabel 4.41
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Pengenalan produk baru

No	Pertanyaan	Skor
1	Pepeew memperkenalkan produk baru dalam fashion untuk lingkungan pasar lokal	244
2	Pepeew memperkenalkan produk baru dimata konsumen	271
TOTAL		515

Tabel 4.44
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Pengenalan produk baru

Skor/Total	Skor dalam %
515	$\frac{515}{(64x2x5)} x100\% = 80,5\%$

Tabel 4.45
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak baik
• 36% - < 52%	• Tidak Baik
• 52% - < 68%	• Cukup Baik
• **68% - < 84%**	• **Baik**
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 515, dengan pernyataan sebanyak 2 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 640. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 80,5% . Nilai 80,5% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa pengenalan produk baru dinilai baik.

Tabel 4.46
Inovasi

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Pengembangan Prouk	516	80,6
2	Pengenalan Produk Baru	515	80,5
TOTAL		1031	

Tabel 4.47
Inovasi

Skor/Total	Skor dalam %
1031	$\frac{1031}{(64x4x5)} x100\% = 80,5\%$

Tabel 4.48
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Sangat Tidak baik • Tidak Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 1031, dengan pernyataan sebanyak 4 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 1280. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 80,5%. Nilai 80,5% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi dinilai baik dengan presentase tertinggi pada indikator pengembangan produk sebesar 80,6% dan diikuti dengan indicator pengenalan produk baru yaitu sebesar 80,5%.

4.3.3 Keunggulan Bersaing

Berikut adalah tanggapan responden terhadap setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel keunggulan bersaing yang terdiri dari 4 item pernyataan sebagai berikut:

1. Cost Leadership

Tabel 4.49
Produk Pepeew Lebih Murah Daripada Produk Pakaian Lain Bila Dibandingkan Dengan Zarra, Topman, Polo Atau Factory Outlet Lainnya

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	36	56.25	180
Setuju	4	15	23.44	60
Cukup Setuju	3	5	7.81	15
Tidak setuju	2	8	12.50	16
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**271**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa produk Pepeew lebih murah daripada produk pakaian lain bila dibandingkan dengan Zarra, Topman, Polo atau factory outlet lainnya, yang dinyatakan sebanyak 56,25%. Harga yang terjangkau dan berkualitas merupakan hal yang sangat diingikan konsumen.

Tabel 4.50
Pepeew mengelurkan diskon untuk pembelian produk dapat menarik minat beli konsumen

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	28	43.75	140
Setuju	4	13	20.31	52
Cukup Setuju	3	10	15.63	30
Tidak setuju	2	5	7.81	10
Sangat tidak setuju	1	8	12.50	8
Total				**240**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew mengelurkan diskon untuk pembelian produk dapat menarik minat beli konsumen, yang dinyatakan sebanyak 43,75%. Untuk hari-hari tertentu Pepeew selalu mengeluarkan diskon untuk produk-produknya. Diskon juga berlaku untuk pembelian dengan beberapa barang sekaligus.

Tabel 4.51
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Cost Leadership

No	Pertanyaan	Skor
1	produk Pepeew lebih murah daripada produk pakaian lain bila dibandingkan dengan Zarra, Topman, Polo atau factory outlet lainnya	271
2	Pepeew mengelurkan diskon untuk pembelian produk dapat menarik minat beli konsumen	240
TOTAL		511

Tabel 4.52
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Cost Leadership

Skor/Total	Skor dalam %
511	$\frac{511}{(64x2x5)} x100\% = 79,8\%$

Tabel 4.53
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Sangat Tidak baik • Tidak Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 511, dengan pernyataan sebanyak 2 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 640. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 79,8% . Nilai 79,7% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa cost leadership dinilai baik.

2. Diferensiasi Produk

Tabel 4.54
Pepeew memiliki ciri khas dibanding produk yang lain / berbeda dari yang lain

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	34	53.13	170
Setuju	4	10	15.63	40
Cukup Setuju	3	10	15.63	30
Tidak setuju	2	10	15.63	20
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**260**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa Pepeew memiliki ciri khas dibanding

produk yang lain / berbeda dari yang lain, yang dinyatakan sebanyak 53,13%. Menurut konsumen produk Pepeew memang sudah memiliki ciri khas dari setiap model, bahan ataupun pola jaitannya.

Tabel 4.55
produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema basic (polos)

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	11	17.19	55
Setuju	4	19	29.69	76
Cukup Setuju	3	30	46.88	90
Tidak setuju	2	4	6.25	8
Sangat tidak setuju	1	0	0.00	0
Total				**229**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema basic (polos), yang dinyatakan sebanyak 46,25%. Untuk beberapa season nampaknya konsumen berpendapat tema basic itu benar-benar "polos" dalam artian yang berbeda, sehingga mayoritas konsumen memilih cukup setuju.

Tabel 4.56
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Diferensiasi Produk

No	Pertanyaan	Skor
1	Pepeew memiliki ciri khas dibanding produk yang lain / berbeda dari yang lain	260
2	produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema basic (polos)	229
TOTAL		489

Tabel 4.57
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Diferensiasi produk

Skor/Total	Skor dalam %
489	$\frac{489}{(64x2x5)} x100\% = 76,4\%$

Tabel 4.58
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Sangat Tidak baik • Tidak Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 489, dengan pernyataan sebanyak 2 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 640. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 76,4% . Nilai 76,4% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk dinilai baik.

3. Fokus

Tabel 4.59
produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema stylish

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	29	45.31	145
Setuju	4	16	25.00	64
Cukup Setuju	3	11	17.19	33
Tidak setuju	2	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	1	5	7.81	5
Total				**253**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa produk Pepeew focus pada menjualan

pakaian pria dengan tema stylish, yang dinyatakan sebanyak 45,31%. Tema dan konsep Pepeew menurut tanggapan konsumen benar berada pada tema casual untuk pakaian pria dengan lebih stylish dan cocok untuk anak muda pada jaman sekarang.

Tabel 4.60
Produk Pepeew Focus Pada Menjualan Pakaian Pria Dengan Tema Formal

Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
Sangat setuju	5	24	37.50	120
Setuju	4	16	25.00	64
Cukup Setuju	3	16	25.00	48
Tidak setuju	2	4	6.25	8
Sangat tidak setuju	1	4	6.25	4
Total				**244**

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema formal, yang dinyatakan sebanyak 37,50%. Konsumen berpendapat bahwa tema formal selalu disajikan dalam produk yang keluar setiap seasonnya.

Tabel 4.61
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Fokus

No	Pertanyaan	Skor
1	produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema stylish	253
2	produk Pepeew focus pada menjualan pakaian pria dengan tema formal	244
TOTAL		497

Tabel 4.62
Skor Tanggapan Konsumen Terhadap Fokus

Skor/Total	Skor dalam %
497	$\frac{497}{(64x2x5)} x100\% = 77,7\%$

Tabel 4.63
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak baik
• 36% - < 52%	• Tidak Baik
• 52% - < 68%	• Cukup Baik
• **68% - < 84%**	• **Baik**
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 497, dengan pernyataan sebanyak 2 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 640. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 77,7% . Nilai 77,7% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa fokus dinilai baik.

Tabel 4.64
Keunggulan Bersaing

No	Indikator	Skor	Persentase
1	Cost leadership	511	79.8
2	Diferensiasi produk	489	76.4
3	Focus	497	77.7
TOTAL		1497	

Tabel 4.65
Keunggulan Bersaing

Skor/Total	Skor dalam %
1497	$\frac{1497}{(64x6x5)} x100\% = 78,0\%$

Tabel 4.66
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak baik
• 36% - < 52%	• Tidak Baik
• 52% - < 68%	• Cukup Baik
• **68% - < 84%**	• **Baik**
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 1497, dengan pernyataan sebanyak 6 item, 64 responden dan skor tertinggi 5 maka didapat nilai skor ideal sebesar 1920. Untuk menarik kesimpulan secara keseluruhan maka skor aktual dibagi skor ideal dikali 100% sehingga didapat nilai 78%. Nilai 78% termasuk pada kategori baik (68%-<84%). Maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing dinilai baik dengan presentase tertinggi pada indikator *cost leadership* sebesar 79,8% dan terendahnya pada indokator diferensiasi produk sebesar 76,4%.

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Pengujian Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang diperoleh akan memberikan informasi yang benar (tidak bisa) apabila tidak terjadi pelanggaran terhadap asumsi asumsi regresi klasik yaitu asumsi error mengikuti distribusi normal, asumsi bebas kolinearitas dan asumsi tidak terdapat heterokedastisitas.

4.4.1.1 Uji Normalitas Error (Residu)

Pengujian normalitas error dilakukan untuk memenuhi asumsi regresi yang mensyaratkan *error* harus berdistribusi normal. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil penelitian uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.67
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99322918
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.102
	Negative	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		.994
Asymp. Sig. (2-tailed)		.276

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas (sig) sebesar 0,276 > dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis yang mengatakan bahwa data *residu/ error* berdistribusi normal diterima, dengan demikian persamaan regresi yang diperoleh memenuhi asumsi dan dapat digunakan untuk mengambil keputusan.

4.4.1.2.Uji Multikolinearitas

Adanya multikolinearitas atau hubungan yang erat antar variabel bebas dalam persamaan regresi mengakibatkan kesimpulan hasil regresi berupa besarnya

pengaruh hasil variabel bebas terhadap variabel tidak bebas akan bisa karena sebenarnya persamaan regresi cukup dilihat dengan beberapa variabel bebas saja (variabel bebas yang saling berhubungan erat cukup diwakili oleh satu variabel saja). Terjadi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF. Apabila nilai VIF untuk variabel bebas > dari sepuluh maka salah satu variabel yang berkorelasi tinggi tersebut harus diredupsi dengan model regresi. Hasil perhitungan dalam tabel berikut terlihat nilai VIF < dari sepuluh sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi kolinearitas yang tinggi antara variabel bebas dalam persamaan regresi yang diperoleh.

Tabel 4.68
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.155	6.447
	X2	.155	6.447

a. Dependent Variable: Y

4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan indikasi bahwa varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Untuk menguji apakah varian dari residual homogen digunakan uji *spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan masing masing variabel bebas terhadap residual (*error*) apabila ada nilai korelasi dari masing masing variabel bebas yang signifikan menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Pada tabel berikut terlihat nilai *p-value* untuk pengujian koefisien regresi masing masing variabel bebas.

Tabel 4.69
Uji Heterokedastisitas

Correlations

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	-.104
		Sig. (2-tailed)	.414
		N	64
	X2	Correlation Coefficient	-.085
		Sig. (2-tailed)	.503
		N	64

Dari hasil yang diperoleh pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa residual (*error*) yang muncul dalam korelasi mempunyai varians yang sama (*homoskedastisitas*) karena hasil pengujian nilai korelasi antara variabel bebas dengan nilai residual (*erro*r) tidak signifikan (*p-value* lebih besar dari $\alpha = 0{,}05$).

4.4.1.4 Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi bentuk pelanggaran asumsi regresi linear berganda yang ketiga, yakni ada tidaknya autokorelasi, maka digunakan statistik Durbin Watson dengan hipotesis sebagai berikut :

Ho : $\rho = 0$, tidak terdapat autokorelasi

Ha : $\rho \neq 0$, terdapat autokorelasi

Autokorelasi menunjukkan adanya korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu, sehingga unsur gangguan/disturbansi dari suatu observasi pada waktu tertentu tidak dipengaruhi oleh unsur gangguan/disturbansi dari observasi di waktu lainnya. Unsur gangguan ini dilambangkan dengan symbol vi.

Tujuan dari autokorelasi ini adalah menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya), jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem otokorelasi, tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Kriteria pengambilan kesimpulan :

- Jika DW < dL atau DW > 4 – dL, maka terdapat autokorelasi.
- Jika dU < DW < 4 – dU, maka tidak terdapat autokorelasi.
- Jika dL ≤ DW ≤ dU atau 4 – dU ≤ DW ≤ 4 – dL, uji Durbin Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (inconclusive).

Dengan ukuran sample n =64, α = 0,05 dan banyaknya variabel independen k = 2, didapat nilai kritis dL = 1,532 dan dU =1,660

Dengan menggunakan software SPSS 18, didapatkan hasil analisa data untuk menguji asumsi autokorelasi sebagai berikut :

Tabel 4.70
Uji Autokorelasi

Model Summary

Model	Durbin-Watson
1	1.806

Dengan menggunakan SPSS 18.0 diperoleh nilai DW sebesar 1.806. untuk menentukan terjadi atau tidaknya gejala autokorelasi, maka angka Durbin – Watson harus berada pada kisaran angka dU (1,660) < DW < 4 – dU (4-1,660=2,469). Dari tabel di atas diperoleh nilai d = 1,806 dengan taraf signifikan 5%, jumlah sample (n) = 64 sehingga diputuskan tidak terjadi gejala autokorelasi.

4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melihat pengaruh kreativitas (X1) dan *inovasi* (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \beta 0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

$\hat{Y}$ = *Keunggulan Bersaing*
X_1 = *Kreativitas*
X_2 = *Inovasi*
β_0 = Konstanta
β_1, β_2 = Koefisien Regresi

Table 4.71

Tebel Penolong Untuk Menghitung

Persamaan Regresi Dan Uji Korelasi

Resp	X1	X2	Y	X1Y	X2Y	X1X2	X1^2	X2^2	Y^2
1	31.306	11.665	17.234	539.52	201.03	365.18	980.07	136.07	297.00
2	27.448	9.832	12.744	349.78	125.30	269.87	753.38	96.67	162.40
3	37.835	15.076	20.263	766.65	305.48	570.38	1,431.45	227.27	410.60
4	37.908	15.076	19.262	730.18	290.38	571.49	1,437.03	227.27	371.02
5	30.666	11.665	16.166	495.76	188.58	357.72	940.42	136.07	261.35
6	39.165	16.087	20.281	794.29	326.25	630.04	1,533.90	258.78	411.30
7	25.304	8.969	11.681	295.58	104.77	226.95	640.27	80.44	136.45
8	42.131	16.087	21.348	899.42	343.42	677.76	1,775.05	258.78	455.74
9	39.165	16.087	20.281	794.29	326.25	630.04	1,533.90	258.78	411.30
10	42.131	16.087	21.348	899.42	343.42	677.76	1,775.05	258.78	455.74
11	14.435	6.314	6.000	86.61	37.88	91.14	208.37	39.86	36.00
12	32.812	11.665	17.620	578.16	205.54	382.75	1,076.65	136.07	310.47
13	39.165	16.087	20.281	794.29	326.25	630.04	1,533.90	258.78	411.30
14	29.651	10.519	14.434	427.97	151.82	311.88	879.17	110.64	208.33
15	14.435	6.314	6.000	86.61	37.88	91.14	208.37	39.86	36.00
16	39.165	16.087	20.281	794.29	326.25	630.04	1,533.90	258.78	411.30
17	32.018	11.665	15.551	497.92	181.40	373.48	1,025.14	136.07	241.84
18	32.337	11.665	17.234	557.29	201.03	377.21	1,045.68	136.07	297.00
19	25.963	8.969	12.346	320.53	110.73	232.86	674.05	80.44	152.42
20	25.963	9.832	12.346	320.53	121.39	255.27	674.05	96.67	152.42
21	31.791	11.665	16.166	513.94	188.58	370.84	1,010.67	136.07	261.35

22	32.582	12.617	19.068	621.26	240.58	411.08	1,061.56	159.19	363.58
23	39.165	16.087	20.281	794.29	326.25	630.04	1,533.90	258.78	411.30
24	21.582	7.756	9.489	204.78	73.59	167.39	465.77	60.15	90.04
25	31.791	12.693	17.195	546.64	218.25	403.53	1,010.67	161.12	295.66
26	28.851	10.519	12.744	367.67	134.04	303.47	832.39	110.64	162.40
27	34.342	15.076	19.262	661.49	290.38	517.72	1,179.36	227.27	371.02
28	31.791	12.693	17.195	546.64	218.25	403.53	1,010.67	161.12	295.66
29	30.111	10.519	14.426	434.39	151.74	316.73	906.69	110.64	208.11
30	27.405	9.718	13.614	373.10	132.30	266.32	751.03	94.44	185.35
31	39.165	16.087	20.281	794.29	326.25	630.04	1,533.90	258.78	411.30
32	42.131	16.087	21.348	899.42	343.42	677.76	1,775.05	258.78	455.74
33	22.174	7.756	10.081	223.55	78.19	171.98	491.70	60.15	101.63
34	29.466	10.972	13.812	406.98	151.53	323.29	868.26	120.37	190.76
35	32.789	12.693	19.337	634.04	245.45	416.20	1,075.13	161.12	373.92
36	12.673	4.000	6.000	76.04	24.00	50.69	160.62	16.00	36.00
37	42.131	16.087	21.348	899.42	343.42	677.76	1,775.05	258.78	455.74
38	22.805	8.388	10.714	244.33	89.87	191.30	520.06	70.37	114.79
39	18.067	6.314	6.000	108.40	37.88	114.06	326.40	39.86	36.00
40	36.325	15.076	19.269	699.97	290.50	547.62	1,319.52	227.27	371.31
41	32.973	13.881	17.195	566.96	238.68	457.71	1,087.23	192.69	295.66
42	31.841	12.604	15.969	508.45	201.26	401.31	1,013.84	158.85	254.99
43	40.232	16.087	21.348	858.88	343.42	647.21	1,618.65	258.78	455.74
44	42.131	16.087	21.348	899.42	343.42	677.76	1,775.05	258.78	455.74
45	43.004	16.087	21.348	918.05	343.42	691.79	1,849.35	258.78	455.74
46	41.220	16.087	21.348	879.96	343.42	663.09	1,699.08	258.78	455.74
47	37.647	15.076	19.656	739.98	296.32	567.56	1,417.32	227.27	386.34
48	38.493	15.076	20.338	782.88	306.61	580.30	1,481.70	227.27	413.65
49	37.836	14.892	20.273	767.04	301.91	563.46	1,431.54	221.78	411.00
50	34.048	14.382	15.915	541.87	228.89	489.69	1,159.27	206.85	253.28
51	29.466	11.137	15.325	451.58	170.67	328.15	868.26	124.02	234.86
52	44.005	14.899	22.349	983.49	332.98	655.62	1,936.48	221.97	499.49
53	41.220	12.155	20.172	831.48	245.19	501.02	1,699.08	147.74	406.90
54	44.005	14.899	22.349	983.49	332.98	655.62	1,936.48	221.97	499.49
55	29.466	13.194	15.819	466.11	208.71	388.78	868.26	174.09	250.23
56	44.005	13.270	22.349	983.49	296.57	583.93	1,936.48	176.08	499.49
57	22.805	10.280	9.281	211.65	95.41	234.43	520.06	105.68	86.13
58	24.818	10.280	9.742	241.77	100.14	255.13	615.95	105.68	94.90
59	26.681	10.906	10.772	287.40	117.48	290.98	711.85	118.94	116.03
60	41.220	12.437	21.348	879.96	265.51	512.67	1,699.08	154.69	455.74
61	35.921	12.617	17.720	636.53	223.58	453.22	1,290.34	159.19	314.01
62	38.677	13.194	19.160	741.05	252.80	510.32	1,495.94	174.09	367.09
63	41.220	13.184	19.144	789.10	252.39	543.45	1,699.08	173.82	366.48
64	30.805	10.108	13.812	425.47	139.61	311.39	948.97	102.18	190.76
Total	2,119.88	801.36	1,064.41	37,455.79	14,140.89	27,908.90	74,027.56	10,613.07	19,041.12

Berdasarkan table diatas maka dapat disimpukan sebagai berikut:

n =	64	$\sum \mathbf{x_2}^2 =$	10,613.07
$\sum \mathbf{x_1} =$	2,119.88	$\sum \mathbf{y}^2 =$	19,041.12
$\sum \mathbf{x_2} =$	801.36	$\sum \mathbf{x_1 y} =$	37,455.79
$\sum \mathbf{y} =$	1,064.41	$\sum \mathbf{x_2 y} =$	14,140.89
$\sum \mathbf{x_1}^2 =$	74,027.56	$\sum \mathbf{x_1 x_2} =$	27,908.90

Untuk menentukan nilai koefisien regresiterlebih dahulu menentukan nilai-nilai statistic berikut ke dalam rumus sebagai berikut:

a. $$\sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{\sum X_1 \ ^2}{n}$$

$$\sum X_1^2 = 74,027.56 - \frac{2,119.88 \ ^2}{64}$$

$$\sum X_1^2 = 74,027.6 - 70217.23$$

$$\sum X_1^2 = 3,810.328$$

b. $$\sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{\sum X_2 \ ^2}{n}$$

$$\sum X_2^2 = 10,613.07 - \frac{801.36 \ ^2}{64}$$

$$\sum X_2^2 = 10,613.07 - 10034.04$$

$$\sum X_2^2 = 579.028$$

c. $$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{\sum Y \ ^2}{n}$$

$$\sum Y^2 = 19,041.12 - \frac{1,064.41 \ ^2}{64}$$

$$\sum Y^2 = 19,041.12 - 17702.49$$

$$\sum Y^2 = 1,338.62$$

d. $\sum X_1Y = \sum X_{1}Y - \frac{\sum X_1 \quad \sum Y}{n}$

$$\sum X_1Y = 37,455.79 - \frac{2,119.88 \quad 1,064.41}{64}$$

$$\sum X_1Y = 37,455.79 - 35256.49$$

$$\sum X_1Y = 2,199.31$$

e. $\sum X_2Y = \sum X_{2}Y - \frac{\sum X_2 \quad \sum Y}{n}$

$$\sum X_2Y = 14,140.890 - \frac{801.36 \quad 1,064.41}{64}$$

$$\sum X_2Y = 14,140.890 - 13327.70$$

$$\sum X_2Y = 813.194$$

f. $\sum X_1X_2 = \sum X_{1}X_{2} - \frac{\sum X_1 \quad \sum X_2}{n}$

$$\sum X_1X_2 = 27,908.900 - \frac{2,119.88 \quad 801.36}{64}$$

$$\sum X_1X_2 = 27,908.900 - 26543.59$$

$$\sum X_1X_2 = 1,365.307$$

Kemudian memasukan nilai-nilai hasil dari jumlah kuadrat ke persamaan b1 b2 dan a seperti yang dijelaskan di bawah ini:

$$b_1 = \frac{\sum X_2^2 \quad \sum X_1Y \; - \; \sum X_1X_2 \quad \sum X_2Y}{\sum X_1^2 \quad \sum X_2^2 \; - \; \sum X_1X_2 \;^2}$$

$$b_1 = \frac{579.028 \quad 2,199.31 \; - \; 813.194 \quad 1,365.307}{3,810.328 \quad 579.028 \; - \; 1,365.307 \;^2}$$

$$b_1 = \frac{1273460.4 - 1110260.0}{2206286.6 - 1,864.063.7}$$

$$b_1 = \frac{163200.4}{342222.8}$$

$$b_1 = 0.477$$

$$b_2 = \frac{\sum X_1^2 \ \sum X_2 Y \ - \ \sum X_1 X_2 \ \sum X_1 Y}{\sum X_1^2 \ \sum X_2^2 \ - \ \sum X_1 X_2 \ ^2}$$

$$b_2 = \frac{3,810.328 \quad 813.194 \ - \ 2,199.31 \quad 1,365.307}{3,810.328 \quad 579.028 \ - \ 1,365.307 \ ^2}$$

$$b_2 = \frac{3098536.7 - 3002729.6}{2206286.6 - 1864063.7}$$

$$b_2 = \frac{95807.1}{342222.8}$$

$$b_2 = 0.280$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1\left(\frac{\sum X_1}{n}\right) - b2\left(\frac{\sum X_2}{n}\right)$$

$$a = \frac{1,064.41}{64} - 0.477\left(\frac{2,110.88}{64}\right) - 0.280\left(\frac{801.36}{64}\right)$$

$$a = 16.631 - 15.796 - 3,505$$

$$a = -2,670$$

Maka, nilai konstanta dan koefisien regresi dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -2,670 + 0,477\ X_1 + 0,280\ X_2$$

Hasil pengolahan *software SPSS 18* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.72

Koefisien Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-2.670	.560		-4.764	.000			
	X1	.477	.042	.805	11.486	.000	.974	.827	.317
	X2	.280	.107	.184	2.629	.011	.924	.319	.073

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -2{,}670 + 0{,}477\ X_1 + 0{,}280\ X_2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu persen dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar -2,670. Artinya, jika variabel keunggulan bersaing (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya (kreativitas dan inovasi bernilai nol), maka besarnya rata-rata persentase keunggulan bersaing akan bernilai -2,670.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan keunggulan bersaing. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kreativitas (X_1) dengan keunggulan bersaing (Y). Koefisien regresi variabel

X_1 sebesar 0,477 mengandung arti untuk setiap pertambahan kreativitas (X_1) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,477.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan keunggulan bersaing. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *inovasi* (X_2) dengan keunggulan bersaing (Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0,280 mengandung arti untuk setiap pertambahan *inovasi* (X_2) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,280.

4.4.3. Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan secara bersama-sama antara kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing digunakan analisis korelasi berganda (r).

Adapun rumus statistiknya yaitu sebagai berikut :

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

Sugiono (2005 : 149)

Dimana :

r_{yz} = Korelasi Koefisien Berganda
$JK_{regresi}$ = Jumlah Kuadrat Regresi
JK_{total} = Jumlah Kuadrat Total

Dengan ketentuan sebagai berikut :

r_{yz} = -1 artinya terdapat hubungan linier negatif antara variabel X dan Y.
r_{yz} = 0 artinya tidak terdapat hubungan linier antara variabel X dan Y.
r_{yz} = 1 artinya terdapat hubungan linier positif antara variabel X dan Y.

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.73

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

` Sumber : Sugiyono (2009:184)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS 18.0* maka persamaan hubungan korelasi berganda disajika seperti di bawah ini :

Tabel 4.74

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1276.475	2	638.238	626.430	.000[a]
	Residual	62.150	61	1.019		
	Total	1338.625	63			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{JK_{regresi}}{JK_{total}}}$$

$$r_{yz} = \sqrt{\frac{1276.475}{1338.625}} = \sqrt{0,954} = 0,977$$

Tabel 4.75

Analisis Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.977[a]	.954	.952	1.00938

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,977. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing, karena berada di antara 0,899 - 1.

4.4.4. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing, dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$KD = R^2 \times 100\%$

$= (0{,}977)^2 \times 100\%$

$= 95{,}4\ \%$

Artinya, variabel-variabel kreativitas dan inovasi memberikan pengaruh sebesar 95,4% terhadap keunggulan bersaing (Y). Sedangkan sisanya sebesar 4,6% keunggulan bersaing (Y) dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Secara parsial, masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Pengaruh secara parsial tersebut ditunjukkan melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.76

Besarnya Korelasi Parsial dan Pengaruh Secara Parsial

Model	Standardized Coefficients	Correlations	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
	Beta	Zero-order		
X_1	0.805	0.974	0.784	78.4 %
X_2	0.184	0.924	0.170	17.0 %
Pengaruh Total			**0,954**	**95,4 %**

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Kreativitas (X_1) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 78,4% terhadap keunggulan bersaing (Y).
2. *Inovasi* (X_2) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 17,0% terhadap keunggulan bersaing (Y).

4.4.5 Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama atau simultan atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji F.

Hipotesis

Ho : β1 dan β2 = 0 Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kreativitas dan inivasi terhadap keunggulan bersaing.

H_1 : β1 dan β2 ≠ 0 Terdapat pengaruh secara simultan antara kreativitas dan inivasi terhadap keunggulan bersaing.

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{Regresi} / k}{JK_{(Residu)} / \ n - \ k + 1}$$

Keterangan :

JK_{residu} = Jumlah kuadrat regresi

JK_{residu} = Jumlah kuadrat residu

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Berdasarkan tabel ANOVA, maka dapat diketahui nilai F_{hitung} yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.77

ANOVA

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1276.475	2	638.238	626.430	.000[a]
	Residual	62.150	61	1.019		
	Total	1338.625	63			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0

$$F_{hitung} = \frac{1276.475 / 2}{62.150 / \{64 - (2 + 1)\}} = 626.430$$

Kriteria Uji :

1. H_0 diterima apabila F_{hitung} < dari F_{tabel}
2. H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel}
3. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05

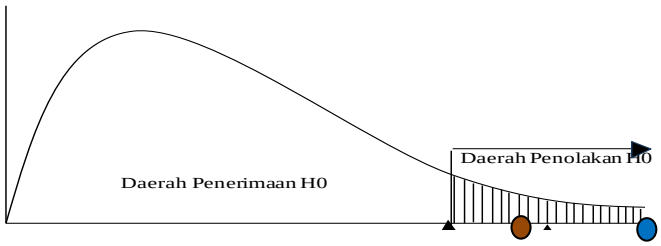
Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.78

Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)

F hitung	df	F tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
626.430	df1 = 2 df2 = 61	3,15	0,000	H_0 ditolak	Ada pengaruh (Signifikan)

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0



F tabel = 3,15 F hitung = 626.430

Gambar 4.2
Kurva Uji Hipotesis Simultan X_1 dan X_2 terhadap Y

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 626.430. Karena nilai F_{hitung} (626.430) > F_{tabel} (3,15), maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi berdampak dan mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing.

4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t.

Hipotesis :

$H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing.

Ho : $\beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Statistik Uji :

$t_{hitug} = \frac{b}{Se(b)}$, derajat bebas = n-k-1

Berdasarkan tabel Koefisien, maka dapat diketahui nilai t_{hitung} yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.79

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-2.670	.560		-4.764	.000			
	X1	.477	.042	.805	11.486	.000	.974	.827	.317
	X2	.280	.107	.184	2.629	.011	.924	.319	.073

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 18.0

1. Pengujian hipotesis X1 :

$$t_{hitug} = \frac{0,477}{0,042} = 11.486$$

2. Pengujian hipotesis X2 :

$$t_{hitug} = \frac{0,280}{0,107} = 2,629$$

Kriteria Uji :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,05 (dk = n-2), maka Ho = ditolak, H_1 diterima
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ 0,05 (dk = n-2), maka Ho = diterima, H_1 ditolak

Dimana :

a. Dengan tingkat signifikasi (α) = 0,05
b. Derajat kebebasan (dk) = n-2

Hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

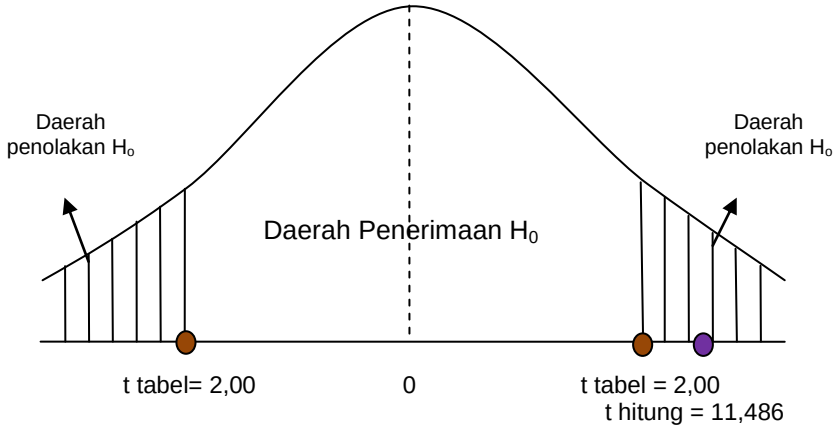
Tabel 4.80
Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	Df	t tabel	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X_1	11,486	61	± 2,00	0,000	H_0 ditolak	Signifikan
X_2	2,629		± 2,00	0,000	H_0 ditolak	Signifikan

Sumber: Hasil Output SPSS 18

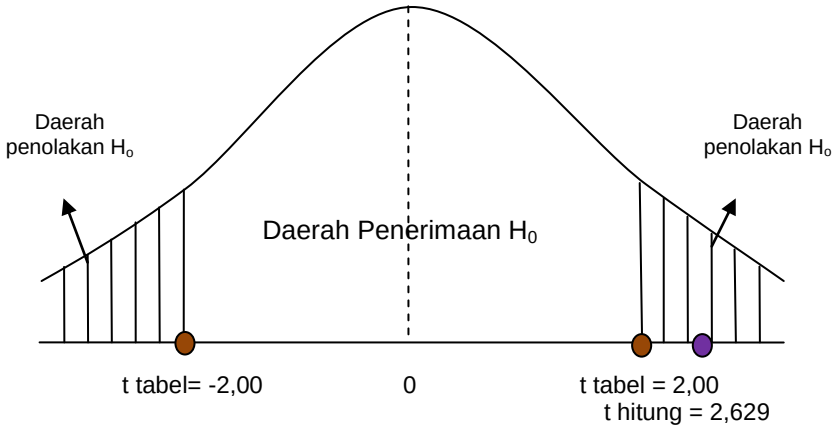
Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut :

a. Untuk variabel kreativitas (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,486. Karena t_{hitung} (11,486) > t_{tabel} (2,00), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kreativitas (X_1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).



Gambar 4.3
Kurva uji t Variabel X_1

b. Untuk variabel *innovasi* (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,629. Karena t_{hitung} (2,629) > t_{tabel} (2,00), maka H_0 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *inovasi* (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).



Gambar 4.4
Kurva uji t Variabel X_2