PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA INDUSTRI KERAJINAN KOTA BANDUNG YANG TERGABUNG DEKRANASDA JABAR

Rizki Zulfikar[1] **Yulia Pietya Fitriani**[2]

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

rizki_zoel@yahoo.com[1] yuliapietya@gmail.com[2]

ABSTRACT

As the capital of West Java, Bandung has the most registered handicraft industry in the West Java Province Regional Craft Council (Dekranasda Jabar). A successful craft industry can be achieved if business people routinely develop their products, provide specialized skills training, and know what causes earnings to decrease or increase. Therefore, Product Innovation and Creativity are needed to increase the success of the business.

The method used is descriptive method verifikatif by using correlation product moment partial correlation coefficient, the determination, the f-test and t-test. Respondents in this research is Bandung Crafts Industry That Is Registered In Dekranasda Jabar. A questionnaire distributed to responden as many as 61 copies using propotionate random sampling and all questionnaires are returned and filled out correctly, so it deserves to be processed.

The results showed that simultaneously the Product Innovation and Creativity variables had an influence on Business Success. With partial results that the Creativity variable has greater influence on Business Success compared to the Product Innovation variable on Business Success.

Key Words: Product Innovation, Creativity, Business Success

PENDAHULUAN

Dari hasil listing Sensus Ekonomi 2016 (SE2016) memperlihatkan bahwa enam belas subsektor menyebar ke 34 provinsi. Jumlah usaha/perusahaan ekonomi kreatif berdasarkan hasil Listing Sensus Ekonomi 2016 sebanyak 8.203.826 usaha. Sebaran usaha ekonomi kreatif menurut pulau masih dominan berada di pulau Jawa sebanyak 65,37% sedangkan menurut provinsi didominasi oleh provinsi Jawa Barat sebanyak 18,33%.

Gambaran subsektor usaha/perusahaan ekonomi kreatif berdasarkan hasil Listing Sensus Ekonomi 2016 yang dominan hanya terdapat pada 3 subsektor yaitu: (1) kuliner 67,66 persen, (2) fashion 15,00 persen dan (3) kriya 14,56 persen. Sedangkan subsektor ekonomi kreatif yang lainnya secara keseluruhan hanya 2,77 persen (Profil Usaha/Perusahaan 16 Subsektor Ekraf Berdasarkan Sensus Ekonomi, 2016).

Sebagai ibu kota Jawa Barat, Bandung memiliki industri kerajinan yang paling banyak terdaftar di Dewan Kerajinan Nasional Daerah Jawa Barat (Dekranasda Jabar). Sebanyak 123 pengrajin yang memproduksi berbagai jenis produk kerajinan yang direkomendasikan oleh pemerintah Kota Bandung sendiri untuk dipamerkan dan dipromosikan di gedung Jabar Craft Center (JCC). Beberapa jenis

produk kerajinan diantaranya kayu, rotan, tekstil,keramik, logam, bambu, sulam, perlengkapan *fashion*, seni lukis, daur ulang, kerajinan tangan, dan dekorasi.

Dari survey yang diteliti oleh penulis diperoleh bahwa sebanyak 11 perusahaan atau 55% industri kerajinan ini jarang melakukan penelitian untuk mengembangkan produknya, seharusnya sebuah industri kerajinan mengeluarkan model baru agar tidak terkesan monoton. Artinya masih banyak industri kerajinan yang belum melakukan penelitian atau melakukan uji coba untuk mengetahui harapan pelanggan terhadap produk perusahaan.

Kemudian diperoleh bahwa sebanyak 10 perusahaan atau 50% industri kerajinan jarang memberikan pelatihan khusus keahlian yang sesuai dengan produk yang dikeluarkan industri kerajinan secara berkala kepada para pengrajin. Artinya, kemampuan teknik dari tenaga kerja tidak meningkat dan tidak ada kebebasan kontribusi dari tenaga kerja untuk berinovasi sehingga tingkat produktivitas tenaga kerja pun menurun.

Data terakhir di tahun 2017 hanya 123 pelaku usaha Industri Kerajinan Kota Bandung yang Tergabung Dekranasda Jabar dengan laba per tahun sebesar Rp 300.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa industri kerajinan harus melakukan evaluasi terhadap usahanya, tujuannya untuk mengetahui hal apa yang menyebabkan laba dapat menurun selain dari produktivitas. Bisa saja karena tidak adanya kerjasama dengan konsumen untuk menciptakan nilai baru pada produk yang lebih disukai oleh pelanggan.

KAJIAN PUSTAKA

A. Inovasi Produk

Menurut Nelly A. (2001) “Inovasi produk menunjukan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau di kembangkan yang berhasil dipemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk”.

Menurut Aang Curatman dkk (2016) “Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya”.

Menurut Thomas W. Zimmerer dan N.M. Scarborough (2008:57) “Indikator inovasi produk yaitu perubahan desain, inovasi teknis, dan pengembangan produk”.

B. Kreativitas

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2012:9) “Kreativitas adalah suatu proses menciptakan (*organization*) yang mempunyai nilai. Tidak semua yang baru mempunyai nilai. Jadi daya kreativitas adalah proses penggalian kemampuan guna menciptakan sesuatu yang mempunyai nilai tertentu”.

Menurut Suryana (2003:2) “Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungn baru antara unsur variabel data variabel yang sudah ada sebelumnya”.
Menurut Suryana (2003:23) “Indikator Kreativitas adalah keahlian, kemampuan, dan motivasi.

C. Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2011:38) “Untuk menjadi wirausaha atau jadi pengusaha yang sukses pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Langkah selanjutnya yang sangat penting adalah dengan membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya”.

Menurut Novari (2002) “Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai

suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan Jumlah karyawan, peningkatan omzet penjualan dan lain-lain".

Menurut Henry Faizal Noor (2007:397) terdapat beberapa indikator yang menentukan keberhasilan usaha diantaranya laba, produktivitas, daya saing, komptensi, dan citra perusahaan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Pelaku usaha harus memiliki pembeda di bandingkan dengan perusahaan lain karena di era ini konsumen lebih banyak pilihan dalam mengambil sebuah keputusan. Keberhasilan usaha akan lebih mudah dicapai dengan beberapa faktor tersebut. Selain itu peran hasil dari keberhasilan usaha ini juga akan mampu menjaga eksistensi dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan bidangnya. Keberhasilan usaha tidak hanya di lihat dari produk yang dihasilkannya, melainkan penilaiannya dari segala aspek baik itu internal maupun eksternal di dalam perusahaan itu sendiri Dalam pelaksanaannya tentu akan banyak rintangan untuk mewujudkan nilai keberhasilan usaha ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitan menurut Sugiyono (2017: 2-4) "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangkan suatu pengetahuan sehingga penelitian tersebut dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu deskriptif dan verifikatif karena penelitian ini menjelaskan hubungan atau pengaruh antara inovasi produk dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha dengan menggunakan statistic. Metode deskriptif ditujukan untuk mengetahui inovasi produk, kreativitas, dan keberhasilan usaha.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah Industri Kerajinan Kota Bandung Yang Tergabung Dekranasda Jabar yang berjumlah sebanyak 123 unit. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik alokasi proporsional (*propotionate random sampling*) dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang repsentatif berdasarkan ukuran sampel minimal. Maka dalam penelitian ini diperoleh sampel dari seluruh jenis kerajinan adalah 61 responden. secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel yang disajikan pada halaman 13.

Rancangan analisi data sesuai dengan ketentuan statistika yaitu "Data yang digunakan adalah regresi linier berganda, analisi korelasi, dan koefisien determinasi. Sementara uji hipotesi menggunakan uji-T serta uji-F dengan tingkat signifikan 5%. Pengujian asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas."

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh hasil persamaan regresi yang akan dibentuk adalah sebagai berikut dengan tabel yang terlampir pada halaman 10.

$$Y = 0{,}405+0{,}347X_1+0{,}485X_2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. b_0= 0,405 artinya "Jika kedua variabel bebas yaitu Inovasi Produk (X_1) dan Kreativitas (X_2) bernilai konstan (nol) maka Keberhasilan Usaha (Y) akan bernilai sebesar 0,405 satuan".
b. b_1=0,347 artinya "Jika Inovasi Produk (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel Kreativitas (X_2) konstan, maka variabel Keberhasilan Usaha (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,347 satuan".
c. b_2=0,485 artinya "Jika Kreativitas (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel Inovasi Produk (X_1) konstan, maka variabel Keberhasilan Usaha (Y)

akan mengalami peningkatan sebesar 0,485 satuan".

ANALISIS KORELASI

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hubungan antara Inovasi Produk dengan Keberhasilan Usaha

Didapatkan hasil korelasi sebesar 0,686 berdasarkan criteria korelasi (0,60-0,799) Inovasi Produk dengan Keberhasilan Usaha memiliki tingkat korelasi yang kuat.

2. Hubungan antara Kreativitas dengan Keberhasilan Usaha

Didapatkan hasil korelasi sebesar 0,728 berdasarkan criteria korelasi (0,60-0,799) Kreativitas dengan Keberhasilan Usaha memiliki tingkat korelasi yang kuat. Secara lebih jelas dapat dilihat pada tabel yang disajikan pada halaman 13.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Berdasarkan tabel yang disajikan pada halaman 14, diperoleh informasi bahwa R-*square* sebesar 0,609 dan nilai koefisien determinasi sebesar 60,8%. Hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari Inovasi Produk dan Kreativitas sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan dari hasil perhitungan persentase secara parsial diatas, maka dapat diketahui bahwa Inovasi Produk (X_1) memberikan pengaruh positif sebesar 0,253 atau 25,3% terhadap Keberhasilan Usaha (Y) dan Kreativitas (X_2) memberikan pengaruh positif sebesar 0,355 atau 35,5% terhadap Keberhasilan Usaha(Y).

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk dan Kreativitas sangatlah berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha karena, berdasarkan gambar pada halaman 15 dapat dilihat bahwa F_{hitung} (45,192) jauh lebih besar dibanding F_{tabel} (3,172) yaitu 45,192 > 3,18. Inovasi Produk yang dilakukan dengan perubahan desain, inovasi teknis, dan pengembangan produk mampu memengaruhi Keberhasilan Usaha. Begitu pula dengan Kreativitas yang ditunjukan keahlian, kemampuan, dan motivasi mampu memengaruhi Keberhasilan Usaha.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk sangatlah berpengaruh secara signifikan terhadap Keberhasilan Usaha karena, berdasarkan gambar pada halaman 15 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} 3,423 > t_{tabel} 2,002.

Dan dapat disimpulkan juga bahwa Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap Keberhasilan Usaha karena, berdasarkan gambar pada halaman 15 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} 4,529 > t_{tabel} 2,002.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Inovasi Produk (X_1) dan Kreativitas (X_2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Inovasi Produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu perubahan desain, inovasi teknis, dan pengembangan produk. Indikator inovasi teknis memperoleh skor tertinggi dengan kategori baik. Namun secara umum semua indicator masuk dalam kategori cukup. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan inovasi produk di Industri Kerajinan Kota Bandung yang Tergabung Dekranasda Jabar masih perlu

dikembangkan dengan berbagai macam cara sehingga produk tersebut berhasil dipemasaran.

2. Kreatifitas yang ada di Industri Kerajinan Kota Bandung yang Tergabung Dekranasda Jabar berada pada kategori cukup, terdiri dari 3 indikator yaitu keahlian, kemampuan, dan motivasi. Indikator kemampuan yang memperoleh presentase tertinggi dengan kategori baik, maka dari itu kreativitas perlu melakukan proses penggalian berkelanjutan sehinggan para pelaku usaha terus mencipatakan sesuatu yang memiliki nilai.
3. Dari 3 indikator Keberhasilan Usaha yaitu laba, produktivitas, daya saing, kompetensi, dan citra perusahaan. Indicator citra perusahaan memperoleh presentase skor tertinggi dengan kategori baik. Secara umum ukuran untuk keberhasilan usaha masuk dalam kategori cukup, namun masih banyak kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dan meningkatkan potensi-potensi yang ada.
4. Secara parsial dan simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara inovasi produk dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari inovasi produk dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha pada Industri Kerajinan Kota Bandung yang Tergabung Dekranasda Jabar.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka, beberapa saran perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Inovasi Produk dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Industri Kerajinan Kota Bandung yang Tergabung Dekranasda Jabar yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Inovasi Produk, pelaku usaha disarankan untuk terbiasa melakukan inovasi terhadap produknya secara rutin dan mengenali situasi serta kondisi yang sedang terjadi sehingga produk yang dikeluarkan tidak ketinggalan zaman dan untuk tujuan perkembangan usaha di masa yang akan datang.
2. Untuk Kreativitas, pelaku usaha disarankan untuk menciptakan produk yang memiliki nilai berbeda sehingga dapat menjadi ciri khas dan melatih kinerja dalam menjalankan usaha, karena semakin besar kreativitas kita dalam menjalankan usaha maka semakin besar pula untuk mendapatkan peluang-peluang yang ada.
3. Untuk Keberhasilan Usaha, pelaku usaha disarankan untuk memperkuat modal yang dimiliki agar bisa lebih mendorong kemajuan setiap pengusaha dan terus mencoba memanfaatkan hal-hal yang baru dalam proses perluasan usaha. Memang tidak mudah tetapi seorang pelaku usaha dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang yang datang salah satunya dalam bidang teknologi yang semakin hari semakin canggih, karena jika peluang dimanfaatkan dengan sebaik mungkin maka peluang ini mampu membuka kesempatan untuk memperluas usaha demi keberhasilan suatu usaha.
4. Pengaruh antara Inovasi Produk dan Kreatifitas terhadap Keberhasilan Usaha di Industri Kerajinan Kota Bandung yang Tergabung Dekranasda Jabar bisa dibilang cukup, pada kondisi ini seharusnya bisa meningkatkan kualitas dan kuantitas usahanya yang sedang berjalan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Aang Curatman dkk. 2016. Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Jurnal

Logika, Vol. XVIII, No 3, 2016. p-ISSN: 1978-2560

Eddy Soeryanto Soegoto. 2012. Analisis Motivasi Berhasil dan Daya Kreativitas Dalam Upaya Menciptakan Usaha Home Industry Simping di Purwakarta Jawa Barat. Jurnal Riset & Manajemen, Vol. II, No 1, April 2012. ISSN: 2086-0455

Henry Faizal Noor. 2007. *Kewirausahaan.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Nelly A. 2001. *New Product Quality And Product Development Teams.* Journal Of Marketing, 64:111-123.

Novari. 2002. Hubungan Latar Belakang Profesional Pengusaha dengan Keberhasilan Usaha Industri Kecil Pengrajin Boneka di Daerah Sukamulya Kecamatan Sukajadi Kota Bandung. Skripsi. FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), Bandung.

Sensus Ekonomi. 2016. *Listing Sensus Ekonomi*. Jakarta: Sensus Ekonomi Indonesia.

Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : CV Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta : Salemba Empat.

Suryana. 2011. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga*. Jakarta : Salemba Empat.

Thomas W. Zimmerer dan N.M. Scarborough. 2008. *Pengantar Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

Ulber Silalahi. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.

Uma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Edisi Keempat Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: Agung Media.

www.bandung.bisnis.com/himki-bandung-terus-genjot-inovasi-desain

www.republika.co.id/jk-minta-perajin-kembangkan-inovasi-produk

LAMPIRAN

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala Ukur
Inovasi Produk (X1)	Inovasi produk menunjukan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau di kembangkan yang berhasil dipemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk.	1. Perubahan desain 2. Inovasi Teknis 3. Pengembangan Produk **Thomas W. Zimmerer (2008:57)**	1.Tingkatperubahanmodel produk 2.Tingkat proses menghasilkan produk 3. Tingkat kegunaan produk	Ordinal
Kreativitas (X2)	Kreativitas adalah suatu proses menciptakan (*organization*) yang mempunyai nilai. Tidak semua yang baru mempunyai nilai. Jadi daya kreativitas adalah proses penggalian kemampuan guna menciptakan sesuatu yang mempunyai nilai tertentu.	1. Keahlian 2. Kemampuan 3. Motivasi **Suryana (2003:23)**	1.Tingkat keahlian di suatu bidang 2. Tingkat menyelesikan tugas 3. Tingkat pendorong tingkah laku	Ordinal
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan Jumlah karyawan, peningkatan omzet penjualan dan lain-lain.	1. Laba 2. Produktivitas 3. Daya Saing 4. Kompetensi 5. Citra Baik **Henry Faizal Noor (2007:397)**	1.Tingkatpendapatan yang diperoleh 2. Tingkat produksi yang dihasilkan 3. Tingkat ketahanan menghadapi pesaing 4. Tingkat pengetahuan yang dimiliki 5. Tingkat mempertahankan usaha	Ordinal

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 2. Perhitungan dan Alokasi Sampel Responden ke Tiap-Tiap Jenis Kerajinan

No	JenisKerajinan	Jumlah (Unit)	Jumlah Sampel	Total Sampel
1	Kayu	10	4,55	5
2	Rotan	3	1,36	2
3	Tekstil	23	10,47	11
4	Keramik	6	2,73	3
5	Logam	8	3,64	4
6	Bambu	6	2,73	3
7	Sulam	5	2,27	3
8	Perlengkapan*Fashion*	17	7,73	8
9	Seni Lukis	10	4,55	5
10	Daur Ulang	13	5,91	6
11	Kerajinan Tangan	9	4,09	5
12	Dekorasi	13	5,91	6
	Jumlah	123		61

Sumber: Dekranasda Jabar, 2017 (diolah)

Tabel 3. Hasil Estimasi Persamaan Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,405	,266		1,526	,133
	Inovasi Produk (X1)	,347	,102	,369	3,423	,001
	Kreativitas (X2)	,485	,107	,489	4,529	,000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Tabel 4. Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780[a]	,609	,596	,50860

a. Predictors: (Constant), Kreativitas (X2), Inovasi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Tabel 5. Koefisien Korelasi Parsial

Correlations

		Keberhasilan Usaha (Y)
Inovasi Produk (X1)	Pearson Correlation	,886
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	61
Kreativitas (X2)	Pearson Correlation	,728
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	61

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780[a]	,609	,596	,50660

a. Predictors: (Constant), Kreativitas (X2), Inovasi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Tabel 7. Pengaruh Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Inovasi Produk (X1)	,369	,886
	Kreativitas (X2)	,489	,728

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Tabel 8. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,196	2	11,598	45,192	,000[b]
	Residual	14,885	58	,257		
	Total	38,082	60			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Kreativitas (X2), Inovasi Produk (X1)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Tabel 9. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,405	,266		1,526	,133
	Inovasi Produk (X1)	,347	,102	,369	3,423	,001
	Kreativitas (X2)	,485	,107	,489	4,529	,000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

Gambar 1. Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Pada Uji Simultan Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

