

**PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI
PADA UKM KULINER DI KOTA MEDAN**

Disusun oleh:

**NURUL FITRIA
NPM : 18 12 20015**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi**



**PEMINATAN MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN
2022**

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nurul Fitria
N.P.M : 18 122 0015
Fakultas : Ekonomi Bisnis
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S-1 Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Kualitas Produk Sebagai Moderasi Pada UKM Kuliner Di Kota Medan

Pembimbing : 1. Teguh Setiawan, S.E., M.Si
2. Dr. M. Fauzan Azhmy, S.El., M.M

| No | Diterima | | Materi Bimbingan | Dikembalikan | |
|----|-------------|---------------------|------------------|--------------|---------------------|
| | Tgl/Bln/Thn | Paragraf Pembimbing | | Tgl/Bln/Thn | Paragraf Pembimbing |
| | | | | | |

Catatan :

Lembar ini harus dibawa pada saat bimbingan dan akan dipergunakan sebagai prasyarat skripsi diperbanyak

Bimbingan selesai :
Tanggal :
Tanda Tangan
Pembimbing :

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini dengan judul :

PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI PADA UKM KULINER DI KOTA MEDAN

Yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Harapan Medan (UnHar) dapat dipertanggungjawabkan dalam beberapa hal berikut :

1. Saya adalah satu-satunya pengarang/penulis hasil karya ini
2. Karya ilmiah ini adalah asli, dan bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari bentuk karya ilmiah sejenis atau bentuk lainnya yang telah dipublikasikan.
3. Karya ilmiah ini belum pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan atau Perguruan Tinggi atau instansi manapun.
4. Saya dengan ini menyerahkan hak cipta karya ilmiah ini kepada Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB), Universitas Harapan Medan (UnHar), dengan demikian sejak saat ini pemanfaatan karya ilmiah ini oleh pihak manapun juga tidak dibenarkan tanpa ada persetujuan tertulis dari Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB), Universitas Harapan Medan (UnHar).
5. Saya menyetujui dan memberikan hak kepada LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) untuk mengedit sesuai pedoman penulisan artikel yang ditentukan sekaligus mempublikasikan tulisan saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemegang hak cipta.
6. Saya sadar sepenuhnya, jika dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini saya telah melakukan pelanggaran hak cipta baik sengaja ataupun tidak, maka saya bersedia di kenakan sanksi sebagaimana yang diatur oleh Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan Medan.

Medan,.....2022

Penulis,

Nurul Fitria

**UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS**

PENANGGUNG JAWAB SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI PADA
UKM KULINER DI KOTA MEDAN**

Yang disusun oleh :

Nama : Nurul Fitria
NPM : 181220015
Fakultas : Ekonomi Bisnis
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S-1 Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

1. Penanggung Jawab I
Teguh Setiawan, S.E., M.Si
NIDN. 0115096201
(Dosen Pembimbing I)

.....

2. Penanggung Jawab II
Dr. M. Fauzan Azhmy, S.EI., M.M
NIDN. 0126088703
(Dosen Pembimbing II)

.....

Medan,.....2022
Ketua Program Studi
Manajemen

Ilham Mubaraq Ritonga, SE, M.Si
NIDN. 0124098102

**UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS**

PERSETUJUAN ADMINISTRASI AKADEMIK

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI PADA
UKM KULINER DI KOTA MEDAN**

Yang disusun oleh :

Nama : Nurul Fitria
NPM : 181220015
Fakultas : Ekonomi Bisnis
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S-1 Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

Tanggal Ketua Program Studi Manajemen

Ilham Mubaraq Ritonga, SE, M.Si

Tanggal Dekan FEB UnHar

Dra. Listiorini, M.Si

**UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS**

BERITA ACARA UJIAN

Panitia Ujian Akhir Studi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Harapan (UnHar) Medan dalam sidangnya yang diselenggarakan pada, Hari....., Tanggal.....

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI PADA
UKM KULINER DI KOTA MEDAN**

Yang disusun oleh :

Nama : Nurul Fitria
NPM : 181220015
Fakultas : Ekonomi Bisnis
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S-1 Manajemen
Peminatan : Kewirausahaan

MEMUTUSKAN

Menetapkan : () Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat, memperbaiki/mengulang
Tanggal

SUSUNAN DEWAN PENGUJI:

1. Teguh Setiawan, S.E., M.Si
(Ketua Penguji)
2. Dr. M. Fauzan Azhmy, S.El., M.M
(Penguji I)
3. H.M. Hermansyur, SE.,M.Si
(Penguji II)

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI PADA UKM KULINER DI KOTA MEDAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, untuk mengetahui apakah kualitas produk memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dan untuk mengetahui apakah kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga diterapkan teknik pengambilan sampel penelitian dari menerapkan teknik *cluster random sampling* yakni, UKM di pusat kuliner yang berada di 5 Kecamatan di Kota Medan, dengan masing-masing Kecamatan adalah 20 UKM sehingga jumlah keseluruhan 100 UKM sebagai sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan MRA (*Moderated Regression Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kualitas produk tidak memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing, sedangkan kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing..

Kata kunci : Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

THE EFFECT OF INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION ON COMPETITIVE ADVANTAGE WITH PRODUCT QUALITY AS MODERATION IN CULINARY SMEs IN MEDAN CITY

This study aims to determine the effect of innovation on competitive advantage, to determine the effect of entrepreneurial orientation on competitive advantage, to determine whether product quality moderates the effect of innovation on competitive advantage and to determine whether product quality moderates the effect of entrepreneurial orientation on competitive advantage. The exact number of the population in this study is not known, so the research sampling technique was applied by applying the cluster random sampling technique, namely, SMEs in culinary centers located in 5 sub-districts in Medan City, with each sub-district being 20 SMEs so that the total number is 100. SMEs as a sample. The analysis technique used is multiple linear regression and MRA (Moderated Regression Analysis).

The results show that innovation has a positive and significant effect on competitive advantage, entrepreneurial orientation has no effect on competitive advantage. Product quality does not moderate the effect of innovation on competitive advantage, while product quality moderates the effect of entrepreneurial orientation on competitive advantage.

Keywords: *Innovation, Entrepreneurship Orientation, Product Quality, Competitive Advantage*

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Listiorini, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan
2. Ibu Zuwina Miraza, S.E., MBA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan
3. Bapak Ilham Mubaraq Ritonga, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan
4. Ibu Ezzah Nahrisah, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan.
5. Bapak Teguh Setiawan, S.E., M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. M. Fauzan Azhmy, S.EI., M.M sebagai Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan.

8. Bapak/Ibu Pimpinan UKM di Kota Medan yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan mendapatkan data yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan moril, materiil maupun sprituil sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 2022
Penulis

Nurul Fitria

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | i |
| PENANGGUNG JAWAB SKRIPSI | ii |
| PERSETUJUAN ADMINISTRASI AKADEMIK | iii |
| BERITA ACARA UJIAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2. Kerangka Teoritis..... | 10 |
| 2.2.1. Inovasi Produk | 10 |
| 2.2.1.1. Pengertian Inovasi Produk | 10 |
| 2.2.1.2. Jenis-jenis Inovasi Produk | 11 |
| 2.2.1.3. Karakteristik Inovasi Produk | 12 |
| 2.2.1.4. Indikator Inovasi Produk | 13 |
| 2.2.2. Orientasi Kewirausahaan..... | 14 |
| 2.2.2.1. Pengertian Orientasi Kewirausahaan..... | 14 |
| 2.2.2.2. Nilai-nilai Kewirausahaan | 15 |
| 2.2.2.3. Tipe Orientasi Kewirausahaan | 16 |
| 2.2.2.4. Indikator Orientasi Kewirausahaan | 17 |
| 2.2.3. Kualitas Produk..... | 17 |
| 2.2.3.1. Pengertian Kualitas Produk..... | 17 |
| 2.2.3.2. Klasifikasi Produk | 19 |
| 2.2.3.3. Indikator Kualitas Produk | 20 |
| 2.2.4. Keunggulan Bersaing | 21 |
| 2.2.4.1. Pengertian Keunggulan Bersaing | 21 |
| 2.2.4.2. Faktor-faktor Keunggulan Bersaing | 22 |
| 2.2.4.3. Indikator Keunggulan Bersaing | 23 |
| 2.3. Kerangka Konseptual | 23 |
| 2.3.1. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian..... | 24 |
| 2.3.1.1. Keterkaitan Antara Variabel Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing..... | 24 |
| 2.3.1.2. Keterkaitan Antara Variabel Orientasi Kewirausahaan Pada Keunggulan Bersaing..... | 24 |
| 2.4. Hipotesis Penelitian..... | 25 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 26 |
| 3.1. Jenis Penelitian..... | 26 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian | 26 |
| 3.3. Populasi dan Sampel Penelitian | 27 |
| 3.4. Jenis Data dan Sumber Data Penelitian..... | 28 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data Penelitian | 28 |
| 3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian | 30 |
| 3.7. Teknik Analisa Data Penelitian | 31 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 36 |
| 4.1. Gambaran Umum Kota Medan..... | 36 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat | 36 |
| 4.1.2. Kondisi Geografis Kota Medan | 36 |
| 4.1.3. Kondisi Demografis Kota Medan | 39 |
| 4.1.4. Kondisi Perekonomian Kota Medan | 42 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 45 |
| 4.2.1. Identitas Responden | 45 |
| 4.2.2. Karakteristik Jawaban Responden | 47 |
| 4.2.3. Pengujian Kualitas Data | 51 |
| 4.2.4. Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| 4.2.5. Uji Regresi Linier Berganda..... | 56 |
| 4.2.6. Hasil Uji Hipotesis | 57 |
| 4.2.7. <i>Moderated Regression Analysis</i> | 59 |
| 4.3. Pembahasan | 60 |
| 4.3.1. Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing..... | 60 |
| 4.3.2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing | 61 |
| 4.3.3. Kualitas Produk Memoderasi Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing | 61 |
| 4.3.4. Kualitas Produk Memoderasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing | 62 |
| | |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 63 |
| 5.1. Kesimpulan | 63 |
| 5.2. Saran..... | 63 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 64 |
| RIWAYAT HIDUP..... | 79 |
| LAMPIRAN..... | 70 |

DAFTAR TABEL

| No. Tabel | Judul | Halaman |
|----------------------|--|----------------|
| II.1. | Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| III.1. | Skala Pengukuran Likert | 29 |
| III.2. | Definisi Operasional Variabel Penelitian | 30 |
| IV.1. | Jumlah Persentase Penduduk Kota Medan Tahun 2020..... | 40 |
| IV.2. | Jumlah Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Medan 2016-2020 | 40 |
| IV.3. | Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Kota Medan 2016-2020 | 41 |
| IV.4. | Pertumbuhan Ekonomi Sektoral Kota Medan 2018-2020..... | 42 |
| IV.5. | Pertumbuhan Ekonomi Sektoral Kota Medan 2018-2020 (Primer, Sekunder, dan Tersier) | 44 |
| IV.6. | Variabel Bebas (X1) Inovasi..... | 47 |
| IV.7. | Variabel Bebas (X2) Orientasi Kewirausahaan | 48 |
| IV.8. | Variabel Terikat (Y) Keunggulan Bersaing | 49 |
| IV.9. | Variabel Moderasi (Z) Kualitas Produk | 50 |
| IV.10. | Hasil Uji Validitas Data..... | 51 |
| IV.11. | Hasil Uji Reliabilitas Data | 52 |
| IV.12. | Hasil Uji Multikolinearitas | 54 |
| IV.13. | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 55 |
| IV.14. | Pengujian Kelayakan Regresi Linear Berganda..... | 56 |
| IV.15. | Hasil Uji - t | 57 |
| IV.16. | Hasil Uji F..... | 58 |
| IV.17. | Hasil Uji Koefisien Determinis | 58 |
| IV.18. | Hasil Uji Parsial Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimoderasi Kualitas Produk | 59 |
| IV.19. | Hasil Uji Parsial Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimoderasi Kualitas Produk..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul | Halaman |
|-----------------------|--|----------------|
| II.1. | Kerangka Konseptual | 23 |
| IV.1. | Peta Administrasi Kota Medan | 38 |
| IV.2. | Identitas Responden Berdasarkan Usia | 45 |
| IV.3. | Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 46 |
| IV.4. | Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 46 |
| IV.5. | Grafik <i>P – P Plot</i> | 53 |
| IV.6. | Grafik Histogram | 54 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu penunjang perekonomian sebab UKM bisa menyerap tenaga kerja yang banyak, menambah *Gross Domestic Product (GDP)*, menurunkan tingkat inflasi dan bisa menumbuhkan ekonomi. Perkembangan jumlah UKM kian meningkat seiring waktu berjalan. Ini menunjukkan minat usaha dari masyarakat kian bertambah, kemudian pertumbuhan yang kian meningkat ini harus menjadi perhatian serius melalui sejumlah pihak terkhusus dari pemerintah agar tetap mempertahankan eksistensi UKM.

Berdasarkan BPS, Indonesia memiliki jumlah penduduk lebih dari dua ratus lima puluh juta jiwa mempunyai kira-kira 117,68 juta pekerja, sejumlah 96,87% diantaranya bekerja sektor Usaha Kecil dan Menengah. UKM mempunyai peranan penting untuk membangun ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah kontribusi UKM ke Produk Domestik Bruto sekarang ini meraih 57% (Kompas, 2018).

Usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Medan memiliki beberapa kendala antara lain, pembukuan, pengemasan, keuangan, pemasaran dan harga. Banyak produk UKM seperti kripik pisang, jamu herbal, ubi dan lain sebagainya yang dijual ke pasar luar Medan, namun sebagian besar akan dikemas ulang oleh pengusaha luar sehingga akan kehilangan identitas Kota Medan menurut Agnia dalam Fadhillah,(2020). UKM makanan dan minuman memiliki keunggulan bersaing, hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk makanan dan minuman

Banyumas yang terjual di berbagai kota. Namun, UKM kurang memperhatikan pasar dan hanya sebagian kecil yang bertindak proaktif.

Selain menghadapi kendala tersebut, UKM Kuliner juga menghadapi tantangan revolusi industri 5.0, yang merupakan fase kelima dari perjalanan sejarah revolusi industri yang dimulai pada abad ke -18. Pemerintah menuntut UKM untuk mampu mengikuti kemajuan teknologi informasi. Apabila tidak menerapkan digitalisasi ekonomi maka koperasi dan UKM akan ketinggalan dan tergilas dalam peta persaingan usaha. Sementara pelaku UKM yang berjumlah sekitar 59.2 juta mayoritas hampir 98% pelaku usaha mikro, baru 3.5%-5% yang usahanya mengarah pada penerapan sistem berbasis IT (Kementerian Koperasi dan UKM, 2017). Pemerintah menargetkan pada tahun 2020 delapan juta UKM terintegrasi dengan teknologi. Namun, banyak tantangan untuk mewujudkan target tersebut, seperti rendahnya literasi digital pemilik UKM, pola pikir pelaku UKM yang tidak membutuhkan website atau hanya cukup dengan media sosial.

Keunggulan bersaing ditentukan beberapa faktor, misalnya dengan melaksanakan inovasi produk. Inovasi merupakan kecenderungan dalam meningkatkan elemen baru ataupun pengkombinasian baru dari teknologi, produk, ataupun manajemen sebelumnya yang dipakai bagi pengetahuan baru (Moorma dan Anne, 1998). Inovasi produk akan memunculkan beberapa desain produk, maka menambah alternatif pilihan, menambah nilai ataupun manfaat yang didapatkan konsumen, yang kemudian bisa menambah mutu produk selaras pada yang diinginkan konsumen (Prajogo & Sohal, 2003). Inovasi sangatlah penting untuk suatu perusahaan. Inovasi produk adalah salah satunya pengaruh dari transformasi teknologi yang pesat, majunya teknologi yang pesat serta tingkat

kompetisi yang tinggi mengharuskan masing-masing perusahaan agar selalu melaksanakan inovasi produk yang kemudian bisa menambah keunggulan bersaing dalam perusahaan tersebut. Perusahaan membuat inovasi produk dengan beberapa jenis desain produk, maka menambah alternatif pilihan, menambah nilai ataupun manfaat yang didapatkan konsumen, untuk itu inovasi produk merupakan salah satunya cara perusahaan untuk menjaga keunggulan bersaing.

Faktor lain yang dapat menentukan keunggulan bersaing yaitu orientasi kewirausahaan yang disebut dengan pendekatan baru pada pembaruan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan pelopor guna mencapai perkembangan perekonomian perusahaan berkelanjutan serta memiliki daya saing tinggi. Perusahaan yang orientasi kewirausahaan akan senantiasa berusaha menciptakan produk baru secara lebih berinovasi serta keberanian saat berhadapan dengan risiko (Becherer dan Maurer, 1997).

Selain inovasi dan orientasi kewirausahaan, kualitas produk juga berpengaruh dalam keunggulan bersaing. Kualitas produk umumnya bisa dideskripsikan sebagai karakteristik suatu produk yang mendukung kemampuannya guna memenuhi standar kebutuhan pelanggan ataupun standar kelayakan produsen. Kualitas produk merupakan *the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik suatu jasa ataupun produk yang memberi potensi dalam mencukupi keperluan konsumen (Kotler & Amstrong, 2015:253). Kualitas produk bisa diukur mempergunakan tampilan, hasil, kesesuaian serta keahlian. Sesuai pemaparan Tjiptono (2016:117) kualitas merupakan tingkatan mutu yang diinginkan serta pengendalian keragaman untuk meraih kualitas itu guna

mencukupi kebutuhan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik, diharap pelanggan kian banyak dan tidak kehilangan pelanggan lama. Pada sisi lain, terdapatnya kualitas produk akan menjadikan keinginan konsumen terwujud dan hal itu sanggup mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah perusahaan.

Dari beberapa faktor diatas dapat dilihat perubahan lingkungan, terkhusus lingkungan ekonomi yang menjadikan beberapa pengusaha kecil menengah harus gulung tikar. Tetapi beberapa pengusaha masih bisa mempertahankan hidup sebab mereka sanggup mencegah perubahan tersebut, dengan melaksanakan inovasi produk untuk mencapai daya saing yang kompetitif. Inovasi yang baik itu inovasi produk ataupun proses yang bisa menambah potensi UKM akan menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Kualitas produk yang baik akan menambah keunggulan bersaing pada UKM yang kemudian memberi pengaruh kepada UKM (Elfahmi *et al*, 2017).

Di Kota Medan terdapat banyak wisata kuliner yang berada diberbagai kecamatan. Menurut data Badan Pusat Statistik, kecamatan tersebut mempunyai total penduduk yang cukup banyak. Wisata kuliner tersebut yaitu, Metrolink Street Market yang berada di Jl. Jendral Besar A.H. Nasution, Kecamatan Medan Johor, Medan Night Market yang berada di Jl. H. Adam Malik, Kec. Medan Barat, Ring Road Point yang berada di Jl. Gatot Subroto, Sei Sikambing B, Kec. Medan Sunggal, Mega Park yang berada di Komp. Megacom. Dwi kora, Kec. Medan Helvetia dan Katamso Land yang berada di Jl. Brigjend Katamso, Kp. Baru, Kecamatan Medan Maimun. Tempat wisata kuliner ini merupakan pasar kaki lima yang menjual berbagai hidangan dan minuman siap saji karena terdapat puluhan sampai ratusan tanants untuk memanjakan lidah pengunjung. Selain

karena menawarkan ragam kuliner, terdapat spot foto, dan hiburan, tempat wisata kuliner tersebut juga berada di areal terbuka.

Tetapi pada kenyataannya, tuntutan untuk meningkatkan keunggulan bersaing ternyata masih sulit untuk dilakukan oleh UKM khususnya makanan. UKM sektor makanan secara kualitas sulit untuk dapat berkembang karena menghadapi beberapa masalah internal, diantaranya adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurang terampilnya sumber daya manusia, kurangnya penerapan orientasi kewirausahaan, rendahnya tingkat penguasaan teknologi serta minimnya informasi. Untuk dapat bertahan dan memiliki keunggulan bersaing, pelaku UKM makanan tidak hanya berfokus pada kualitas produk saja tetapi juga dituntut harus mampu melakukan orientasi kewirausahaan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dengan baik. Pelaku usaha yang memiliki inovasi produk dan orientasi kewirausahaan bisa memiliki keunggulan pasar lebih baik bila dibandingkan dengan kompetitor lain.

Sesuai penjelasan tersebut, sehingga penelitian akan menganalisis “Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Kualitas Produk Sebagai Moderasi Pada UKM Kuliner di Kota Medan”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan pada penelitian yaitu.

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM kuliner di Kota Medan ?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM kuliner di Kota Medan ?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang di moderasi oleh kualitas produk UKM kuliner di Kota Medan ?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang di moderasi oleh kualitas produk UKM kuliner di Kota Medan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi yang di moderasi oleh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing.
4. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan yang di moderasi oleh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat, yaitu :

1. Diharap penelitian bisa digunakan untuk para UKM dalam mengembagkan keunggulan bersaingnya supaya bisnis yang ditekuni bisa bertahan serta berjalan dengan baik.
2. Hasil ini diharap bisa membantu proses belajar mengajar dan menerapkan ilmu pengetahuan dan menjadikan bahan refrensi dalam menyusun penelitian-penelitian selanjutnya terkait inovasi, orientasi kewirausahaan, kualitas produk dan keunggulan bersaing.
3. Penulis mendapatkan ilmu pengetahuan yang baru dan memperluas wawasan terutama dalam hal yang berhubungan dengan inovasi, orientasi kewirausahaan, kualitas produk dan keunggulan bersaing.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai suatu pedoman penulisan untuk melaksanakan penelitian, kemudian penulisan bisa menambah teori yang dipergunakan untuk mengkaji penelitian yang sudah dilaksanakan.

Tabel II.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No | Judul | Penulis | Hasil riset |
|----|---|--|--|
| 1 | “Pengaruh Kompetensi Individu, Orientasi Kewirausahaan, dan Pesaing dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk” | Paramita (2015) | Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kualitas produk. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. Kompetensi individu berpengaruh positif pada keunggulan bersaing, kualitas produk menjadi variabel mediasi |
| 2 | “Pengaruh Orientasi pasar & Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk & Keunggulan bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus” | Syukron dan Ngantno (2016) | Inovasi produk, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing secara parsial. Orientasi kewirausahaan serta pasar secara simultan berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. |
| 3 | “Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Clothing Our Bandung Style” | Cristian (2017) | Inovasi baru dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan individual dan bersamaan pada keunggulan bersaing. |
| 4 | “Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada produk WOODENWAY” | Bagaskara (2019) | Pengaruh signifikan desain produk, inovasi produk, serta kualitas produk baik secara simultan maupun parsial sama pada keunggulan bersaing. |
| 5 | “Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner” | Llestari, I. Astuti, M dan Ridwan (2019) | Inovasi, dan orientasi kewirausahaan baik dengan individual ataupun bersamaan berpengaruh positif dan signifikan signifikan pada keunggulan bersaing UMKM Kuliner. |

Lanjutan Tabel II.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

| No | Judul | Penulis | Hasil riset |
|----|--|----------------------------|---|
| 6 | “Pengaruh inovasi, kreativitas, dan kepuasan konsumen terhadap keunggulan bersaing kompetitif.” | Mulyadi, Welly, dkk (2016) | Variabel bebas (kreativitas, kepuasan pelanggan, dan inovasi) baik dengan individual ataupun bersamaan berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan kompetitif. |
| 7 | “Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi kasus pada UMKM kerajinan Keramik Dinoyo Malang)” | Muhammad Mansyur (2013) | Menyebutkan jika mutu produk dan desain berpengaruh positif dan signifikan dengan parsial dan simultan pada keunggulan bersaing. |
| 8 | “Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes pada Toko Kue Soes Merdeka di Jalan Merdeka No. 25 Bandung” | Dismawan Rangga (2013) | Secara simultan kreativitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan tapi tidak signifikan sebab masih terdapat faktor lainnya selain kreativitas produk yang lebih memberikan pengaruh misalnya lokasi toko strategis, inovasi produk, display toko menarik perhatian, pengaruh orientasi teknologi dan pasar. |
| 9 | “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pengusaha Batik Trusmi di Kabupaten Cirebon” | Shintia Derra (2012) | Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. Mutu produk dan inovasi produk dengan bersamaan berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. |
| 10 | “Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung” | Nurachman. M. H (2021) | Secara parsial, Keunggulan bersaing yang dipengaruhi oleh inovasi produk memiliki hubungan positif (adanya pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap Keunggulan bersaing Kedai kopi di Kota Bandung) Secara parsial, Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh kualitas produk memiliki hubungan positif (signifikan). Secara parsial, Keunggulan bersaing yang di pengaruhi oleh kualitas pelayanan memiliki hubungan positif (adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas pelayanan terhadap Keunggulan bersaing Kedai kopi di Kota Bandung) |

Sumber : Data diolah, 2022.

2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1 Inovasi Produk

2.2.1.1 Pengertian Inovasi Produk

Sesuai pemaparan Kotler & Keller (2012:274) inovasi yaitu jasa, persepsi, ide ataupun produk yang baru dari individu. Secara sederhana, inovasi merupakan terobosan yang berhubungan dengan produk baru. Produk baru meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Haryono dan Marniyati, 2017). Oleh karena itu perusahaan terutama UKM dituntut untuk mampu menciptakan penilaian-penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan. Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior. (Utami ningsih, 2016).

Menurut Sukarmen (2013) Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya untuk melakukan inovasi produk merupakan fungsi penting dari pihak manajemen suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas (Nasir, 2017). Oleh sebab itu, untuk memenangkan persaingan perusahaan atau

UKM harus melakukan inovasi. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (Masda, 2013).

Inovasi produk sesuai pemaparan Dewanto (2014:12) merupakan output dari pengembangan produk baru oleh sebuah industri atau perusahaan, baik yang telah tersedia ataupun belum. Sederhananya, inovasi merupakan terobosan yang berhubungan dengan produk baru, inovasi bukan hanya sebatas dari pengembangan jasa ataupun produk baru namun pula terhadap pemikiran usaha atau proses baru. Inovasi dianggap pula menjadi mekanisme perusahaan ketika menyesuaikan pada lingkungan yang dinamis. Oleh karenanya perusahaan diharap memunculkan ide baru, pemikiran baru yang memberi penawaran produk inovatif dan melakukan layanan yang memberikan kepuasan untuk konsumen. Inovasi kian mempunyai makna penting tidak hanya menjadi sebuah alat dalam menjaga keberlangsungan hidup perusahaan tetapi agar unggul saat bersaing.

2.2.1.2 Jenis-jenis Inovasi Produk

Menurut Hubeis (2012:75), inovasi produk adalah wawasan produk baru, yang sering kali digabungkan dengan sesuatu hal baru guna menciptakan teknik produksi yang tidak dipahami. Maka inovasi produk dibedakan ke dalam 2 jenis yakni :

1. Inovasi pengembangan produk yakni produk bertahap.
2. Inovasi produk baru yakni produk radikal.

Inovasi yang sukses yakni terfokus serta sederhana, dia harus terarahkan dengan jelas, spesifik, serta mempunyai desain yang digunakan. Pada prosesnya,

dia menciptakan konsumen pasar yang baru. Ada jenis inovasi menurut para ahli. Sesuai pemaparan Rusdiana (2018:21), inovasi yang bisa dilaksanakan wirausahaan yaitu :

- a. Pengenalan sebuah barang baru, ataupun perbaikan dari barang yang telah tersedia
- b. Mengenalkan teknik produksi baru
- c. Membuka pasar baru, terkhusus pasar ekspor di wilayah baru
- d. Menciptakan persediaan bahan mentah ataupun baru setengah jadi
- e. Menciptakan sebuah bentuk organisasi industri baru.

Pengusaha yang bisa menghasilkan produk baru akan memberikan profit untuk pasar sehingga ada pilihan konsumsi banyak. Selanjutnya memperkenalkan teknik produksi serta bentuk organisasi baru, menghasilkan pula efisiensi baru yang bisa memberi keuntungan organisasi. Efisiensi bisa diraih pula dengan adanya penyediaan baru bagi bahan produksi.

2.2.1.3 Karakteristik Inovasi Produk

Berdasar penguraian Setiadi (2014) menyebutkan jika karakteristik inovasi mencakup lima hal yakni :

1. Keunggulan relatif, pertanyaan paling penting guna diberikan untuk menilai keberhasilan potensial dari sebuah produk baru yakni, “Apakah produk bersangkutan akan merasa memberi penawaran keunggulan yang jauh lebih tinggi dari produk yang diganti?”
2. Keserasian, merupakan determinan krusial dari produk baru yang diterima. Keselarasan mengacu kepada tingkat yang mana produk seimbang dari nilai yang telah diberlakukan serta pengalaman masa lampau dari calon adopter.

3. Kekomplekan, merupakan tingkat yang mana inovasi dianggap rumit guna dipahami serta dipergunakan. Kian kompleks produk yang terkait, kian rumit produk tersebut mendapatkan penerimaan.
4. Ketercobaan, adalah tingkat apakah sebuah inovasi bisa terlebih dulu dicoba atautah harus terikat bila ingin mempergunakannya. Sebuah inovasi bisa di uji cobakan dalam kondisi sebenarnya, inovasi biasanya lebih cepat diadopsi. Guna lebih melancarkan proses adopsi, sehingga sebuah inovasi haruslah sanggup menunjukkan keunggulan. Produk baru mungkin lebih berhasil bila pelanggan bisa mencoba menggunakan ide dengan terbatas.
5. Keterlihatan, tingkat bagaimanakah hasil pemakaian sebuah inovasi bisa diamati individu lainnya. Kian mudah individu mengamati hasil sebuah inovasi, kian tinggi kemungkinan inovasi diadopsi oleh sekelompok individu. Kemudahan serta keterlihatan komunikasi menunjukkan tingkat dimana hasil dari penggunaan produk baru terlihat dari tetangga ataupun teman.

2.2.1.4 Indikator Inovasi Produk

Inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga inovasi produk merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing. Rifa'i *et al* (2019) beberapa indikator yang digunakan untuk menilai inovasi produk adalah :

1. Kreativitas, adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan atau mengembangkan ide-ide baru.
2. Inovasi teknis, adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk.

3. Perubahan desain, adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan pelanggan.
4. Perubahan sarana distribusi, adalah upaya perusahaan untuk mengembangkan sarana distribusi yang tepat.
5. Sistem pembayaran, adalah upaya perusahaan untuk membuat sistem pembayaran yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

2.2.2 Orientasi Kewirausahaan

2.2.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Pendapat yang dikemukakan oleh Trustorini dan Yusuf (2017) menyatakan wirausaha merupakan seseorang yang jiwanya inovatif dan kreatif yang sanggup membangun, mendirikan, memajukan, mengembangkan, maupun membuat perusahaan berhasil. Hajar dan Sukaatmadja (2016) mendefinisikan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai potensi kewirausahaan yang dimiliki pemilik bisnis dalam menciptakan lingkungan kerja yang inovatif dan kreatif di tengah persaingan yang kian ketat. Pendapat lainnya menurut Elvina (2020) orientasi kewirausahaan merupakan pancaran dari perilaku pengusaha atau watak yang ada pada diri pengusaha yang mempunyai keinginan tinggi untuk menciptakan suatu ide gagasan, serta memiliki imajinatif.

Orientasi kewirausahaan merupakan pula orientasi perusahaan yang mempunyai prinsip pada langkah guna mendayagunakan kesempatan. Kemudian menyebutkan jika perusahaan berorientasi pada wirausaha yang kuat akan memiliki keberanian menghadapi resiko, serta bukan hanya bertahan dari strategi masa lampau. Lingkungan dinamis memberikan keuntungan banyak untuk

pengusaha, orientasi kewirausahaan jelas adalah hal yang sangatlah krusial untuk keberlangsungan hidup perusahaan (Lumpkin dan Dess, 2016).

Perusahaan yang orientasinya kewirausahaan memiliki kecenderungan lebih berhasil. Orientasi kewirausahaan adalah metode praktek serta penentu keputusan untuk berwirausaha dan menjadi pemacu perusahaan mempunyai keunggulan dalam bersaing dengan kompetitor. Berdasar penguraian Reswanda (2011) menyebutkan orientasi kewirausahaan adalah watak, sifat ataupun ciri-ciri yang dimiliki individu yang mempunyai keinginan keras guna mencapai gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata serta bisa mengembangkan secara tangguh.

2.2.2.2 Nilai-nilai Kewirausahaan

Nilai-nilai kewirausahaan adalah prasyarat yang berkaitan dengan perilaku kewirausahaan, menurut Deddy (2018) nilai-nilai tersebut terdiri dari :

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| a. Kreativitas | d. Berorientasi |
| b. Pengambilan Risiko | e. Ambisi |
| c. Inovasi | f. Kemerdekaan |

Nilai untuk melaksanakan usaha memiliki unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasan sosial ataupun seseorang, sehingga lebih dipilih daripada bentuk perilaku atau bentuk akhir adanya kebaikan maupun perlawanan. Menurut Deddy (2018) nilai merupakan dasar untuk memahami motivasi serta sikap dan nilai sanggup memberi pengaruh pada pandangan perilaku untuk melaksanakan usaha, oleh karenanya nilai sangatlah penting guna dipelajari untuk mengelola tindakan organisasi.

2.2.2.3 Tipe Orientasi Kewirausahaan

Hutagalung (2018:7), menyebutkan bahwa adapun tipe kewirausahaan yang terbagi kedalam 4 (empat), yaitu sebagai berikut:

1. *The personal achiever*, karakteristik wirausaha tipe *personal achiver* yakni diantaranya:
 - a. Mempunyai kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan
 - b. Mempunyai kebutuhan berprestasi
 - c. Mempunyai kebutuhan atas umpan balik
2. *The supersales person*, mempunyai karakteristik yakni:
 - a. Percaya bahwa proses-proses sosial sangatlah penting
 - b. Mempunyai kemampuan mengerti dan memahami orang lain
 - c. Memiliki keinginan membantu orang lain
3. *The real manager*, karakteristik ini ialah antara lain :
 - a. Keinginan untuk menonjol diantara orang-orang lain
 - b. Keinginan bersaing
 - c. Ketegasan
4. *The expert idea generation*, karakteristik wirausaha ini yakni diantaranya:
 - a. Intelegensi yang tinggi
 - b. Keinginan untuk berinovasi
 - c. Menyukai gagasan

Seseorang pengelola atau pemilik bisnis harus menetapkan apa yang akan dilaksanakan, siapa saja yang terlibat dengan usaha tersebut termasuk pegawai serta pembeli yang sebagai sasarannya, dimana usaha akan dilakukan, bagaimana pembelanjaan dilakukan, serta kapan modal digunakan. Proses bisnis memerlukan

orientasi wirausaha dikarenakan orientasi kewirausahaan menetapkan arah gerak usaha yang sudah dirintisnya.

2.2.2.4 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan salah satunya cara yang sangat memengaruhi usaha dalam mencari peluang didalam dunia usaha. Cynthia & Hendra (2014)

Orientasi kewirausahaan kedalam tiga indikator yaitu :

1. *Innovativeness* (keinovatifan) yakni kecenderungan untuk ikut serta dalam eksperimen dan inovasi melalui mengenalkan layanan atau produk baru serta kepemimpinan teknologi dengan adanya penelitian serta pengembangan kedalam proses baru.
2. *Risk tasking* (pengambilan risiko) ialah risiko membuat tindakan secara tegas dalam menyelusuri sumber daya besar bagi perusahaan di lingkungan yang belum ada kepastiannya.
3. *Proactiveness* (keaktifan) ialah pencarian peluang, serta perspektif yang memiliki wawasan ke depan yang diidentikkan oleh perkenalan layanan atau produk baru pertama kali kedalam kompetisi serta tindakan antisipasi permintaan di masa mendatang.

2.2.3 Kualitas Produk

2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Astuti & Abdullah (2018) kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya, karena kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan satu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk.

Sementara Tjiptono (2016:134), mengutarakan bahwasanya kualitas produk yakni sebuah keadaan dinamis yang berkaitan dengan manusia, produk, lingkungan, maupun barang yang mencukupi atau diatas dari yang diharapkan. Lupiyoadi (2013:213) mengungkapkan bahwa pelanggan akan merasakan kepuasan jika hasil penilaian mereka membuktikan jika produk yang digunakannya bermutu.

Kualitas diartikan menjadi superioritas produk dengan menyeluruh serta kualitas produk mempunyai variabel mencakup kualitas yang bisa dipercaya, spesifikasi yang sesuai, serta mutu yang tahan lama. Definisi kualitas memiliki cakupan yang berubah-ubah, sangat relatif, luas, dan tidak sama, maka dari itu pengertian dari kualitas mempunyai kriteria banyak yang sangatlah tergantung dari konteks khususnya apabila ditinjau berdasar segi pengevaluasian akhir para pelanggan serta pengertian yang diterangkan olehh sejumlah ahli dan sisi pandang produsen selaku pihak yang membuat terciptanya mutu itu. Sebagaimana yang diungkapkan. Suryadi (2017:5), definisi kualitas produk yakni kondisi, sifat, fisik dan fungsi sebuah produk terkait yang bisa mencukupi kebutuhan dan selera pelanggan dalam memberikan kepuasan selaras dengan pengeluaran nilai uangnya.

Kotler & Amstrong (2015:283) menyebutkan mutu produk yaitu *“the ability a product to perform its functions, Its includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other, valued attributes”*. Dengan artian produk berkaitan kuat dengan potensi produk dalam melaksanakan fungsi, misalnya kemudahan, pengoperasian dan perbaikan, keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, serta atribut bermakna lainnya. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk adalah kumpulan karakteristik dan ciri pada

jasa dan barang yang berkemampuan untuk mencukupi keperluan, yang termasuk sebuah definisi kombinasi dari pemeliharaan, kemudahan, keandalan, ketepatan, dan atribut lainnya pada sebuah produk.

2.2.3.2 Klasifikasi Produk

Kotler dan Keller (2012:291) mengutarakan bahwa biasanya pemasaran mengklasifikasi produk didasarkan dari bentuk-bentuk karakteristik produk tersebut wujud serta daya tahan, dan pemakaian.

1. Daya tahan dan wujud

- a. *Service* (jasa) ialah produk yang mudah habis, tidak berwujud, serta tidak terpisahkan.
- b. *Nondurable goods* (barang yang terpakai habis) yakni barang memiliki wujud yang umumnya dimanfaatkan pada satu ataupun sejumlah kali penggunaan.
- c. *Durable goods* yakni barang berwujud yang umumnya bisa dimanfaatkan berulang-ulang.

2. Pemakaian

a. Klasifikasi barang konsumsi

Mengklasifikasikan barang sesuai dengan kebiasaan belanja pelanggan yakni:

- 1) *Unsought goods*, yakni barang yang konsumen tidak ketahui atau ketahui akan tetapi secara normal pelanggan tidak bermaksud untuk melakukan pembelian.

- 2) *Specialty goods*, yakni barang yang mempunyai sifat unit serta identifikasinya merek yang bagi sekumpulan pelanggan yang cukup besar kesediaannya selalu berusaha khusus guna membeli.
- 3) *Convenience goods*, yakni barang yang umumnya seringkali pelanggan membelinya, segera ataupun menggunakan usaha kecil.
- 4) *Shopping goods*, yakni barang yang sifatnya diperbandingkan dengan didasarkan pada kesesuaian gaya, kualitas, serta harga dalam proses memilih dan membeli.

b. Klasifikasi barang industri

Terdapat 3 kelompok barang industri, yakni:

- 1) *Supplies*, yakni barang short lasting yang memberi kemudahan untuk mengembangkan dan mengelola secara menyeluruh produk jadi.
- 2) *Material and parts*, yakni barang yang semuanya masuk ke produk.
- 3) *Capital item*, yakni barang long lasting yang memberikan kemudahan untuk mengelola produk jadi.

2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabaran (2016:8)

kualitas produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Bentuk (*form*)

Bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.

2. Fitur (*feature*)

Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.

3. Penyesuaian (*Customization*)

Pemasar dapat mendiferensiasikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan.

4. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)

Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.

5. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*)

Tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

6. Gaya (*Style*)

Menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.

2.2.4 Keunggulan Bersaing

2.2.4.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Sesuai pemaparan Dalimunthe (2017) keunggulan bersaing yaitu kesanggupan usaha dalam menghasilkan keunggulan kompetitif supaya bisa bersaing dengan pesaing lainnya. Keunggulan bersaing termasuk strategi laba dari perusahaan yang bekerjasama untuk bersaing lebih efektif di pesain. Tujuan mendesain strategi yakni agar mewujudkan keunggulan berkompetitif yang terus berkelanjutan supaya perusahaan bisa selalu dijadikan pimpinan pasar (Prakosa, 2015:53). Sementara Erna & Seminari (2017) mengutarakan bahwa keunggulan bersaing yakni nilai dalam suatu perusahaan dari hasil implementasi strateginya maka perusahaan itu mempunyai nilai lebih dari kompetitor. Sebagaimana yang

diungkapkan Paryanti (2015) bahwa keunggulan bersaing ialah potensi sebuah perusahaan dalam mencapai keuntungan melebihi keuntungan yang dapat dicapai pesaing pasar didalam perusahaan yang sejenis.

Perusahaan pada saat terjadi keunggulan berkompetisi karena mereka melakukan tindakan dalam suatu pasar atau industrinya yakni mereka menghasilkan suatu nilai ekonomi ataupun pada saat sejumlah perusahaan terlibat dalam persaingan dengan langkah sama (Barney, 2010:9). Menganggap bahwa keunggulan bersaing merupakan sebuah keuntungan daripada pesaing yang didapat secara menawarkan nilai lebih kepada pelanggan dari pada konsumen dari penawaran pesaing (Kotler, 2017:461). Keunggulan bersaing diharapkan dapat mewujudkan keuntungan sesuai dengan perancangan, meneruskan keberlangsungan hidup suatu usaha, meningkatnya pangsa pasar, dan menambah kepuasan konsumen (Saiman, 2014:128).

2.2.4.2 Faktor-faktor Keunggulan Bersaing

Prasidyjati (2014) mengutarakan bahwa adapun tiga faktor yang diperlukan untuk menghasilkan suatu keunggulan bersaing yang bisa dipertahankan, yakni:

- a. *Basic of competition* (Dasar persaingan) strategi harus berdasarkan dari serangkaian kemampuan, asset, dan skiil. Ketiga hal itu akan mendorong strategi yang sedang dilakukan maka keunggulan dapat dipertahankan.
- b. *You where compete* (Dipasar mana perusahaan bersaing) penting untuk perusahaan dalam menentukan pasar sasaran yang memenuhi strategi yang dilaksanakan, maka kemampuan, asset, dan skill bisa mendorong strategi untuk memberi suatu hal yang bernilai untuk pasar.

- c. *Who you compete against* (Dengan siapa perusahaan bersaing) perusahaan juga harus melakukan identifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut kuat, lemah, atau sedang.

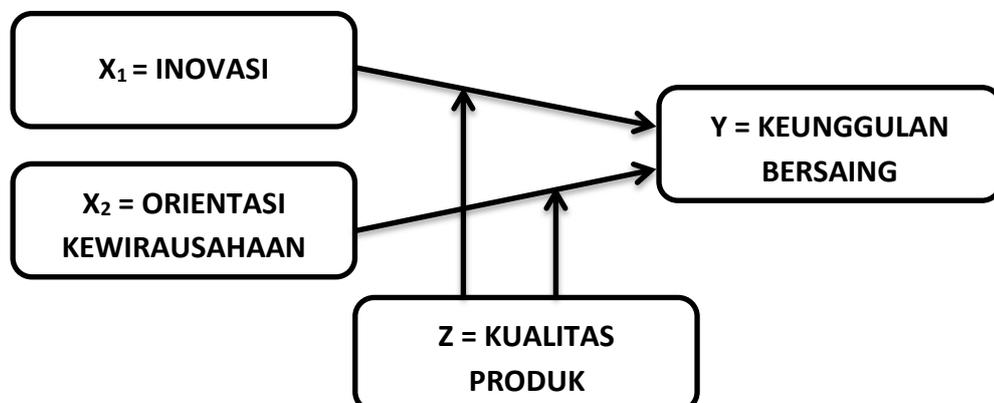
2.2.4.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Sebagaimana yang diungkapkan Styagraha (1994:14), indikator yang dipergunakan sebagai pengukuran keunggulan bersaing yakni :

1. Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan
2. Jarang dijumpai berarti keberadaannya langka dalam persaingan yang saat ini dilakukan.
3. Tidak mudah ditiru berarti dapat ditiru dengan tidak sempurna.
4. Tidak mudah diganti berarti tidak memiliki pengganti yang sama.
5. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran

2.3. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka teoritis diatas, sehingga bisa dideskripsikan kerangka konseptual yaitu :



Sumber : Data diolah, 2022

Gambar II.1 : Kerangka Konseptual

2.3.1. Keterkaitan Antara Variabel Penelitian

2.3.1.1. Keterkaitan antara Variabel Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi produk bisa mempengaruhi keunggulan bersaing karena dilihat dari tingkat keinovasian produk itu misalnya dari tingkat keaneka ragaman serta keunikan dari desain, jenis atau bentuk yang dihasilkan maka tumbuhnya keinginan pembeli untuk membeli agar terpenuhinya keinginan maka persaingan dapat unggul. Putu *et al*, (2013) perusahaan memiliki tujuan utama menciptakan inovasi produk adalah salah satunya bisa berguna untuk keunggulan bersaing bagi perusahaan.

2.3.1.2. Keterkaitan antara Variabel Orientasi Kewirausahaan pada Keunggulan Bersaing

Faktor yang dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yaitu salah satunya orientasi kewirausahaan, menurut Lestari *et al*, (2019) menyatakan jika bisnis yang orientasinya kewirausahaan akan bisa selalu memunculkan inovasinya untuk bisa menghasilkan produk yang lebih menarik dari kompetitor lainnya, usaha disertai pula dengan adanya keberanian mengambil risiko saat pengambilan putusan yang belum pasti akan tetapi berpeluang untuk hasil yang lebih baik ditengah kompetisi. Maka orientasi kewirausahaan akan mempengaruhi secara signifikan keunggulan bersaing. Sesuai hasil riset dari Chih-Hsing (2016) juga mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berupa *risk-talking*, *aggressiveness*, serta *proactiveness* memberi pengaruh secara positif pada keunggulan bersaing.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari perumusan permasalahan penelitian. Sehingga hipotesis peneliti yang peneliti ajukan yakni:

H₁ : Ada pengaruh dari inovasi pada keunggulan bersaing UKM Kuliner di Kota Medan

H₂ : Ada pengaruh orientasi kewirausahaan pada keunggulan bersaing UKM Kuliner di Kota Medan

H₃ : Ada pengaruh inovasi pada keunggulan bersaing yang di moderasi oleh kualitas produk UKM Kuliner di Kota Medan

H₄ : Ada pengaruh orientasi kewirausahaan pada keunggulan bersaing yang di moderasi oleh kualitas produk UKM Kuliner di Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mempergunakan jenis penelitian yakni, penelitian Korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang dilaksanakan guna mengungkap terdapat atau tidak hubungan, serta jika terdapat berapa eratnya hubungan, serta berarti atau tidak hubungan itu. Penelitian korelasi mempelajari 2 variabel ataupun lebih yaitu berapa jauh variasi untuk satu variabel memiliki hubungan dengan variasi kedalam variabel lainnya .

Dengan pendekatan kuantitatif meliputi angka-angka yang bersumber dari ukuran dari memanfaatkan skala dalam variabel yang tersedia didalam penelitian. Data yang didapat berikutnya mengolahnya kedalam bentuk analisis statistik yang berguna sebagai pengujian hipotesis yang menerangkan hubungan antar konstruk.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian diadakan di pusat kuliner yang berada di 5 Kecamatan di Kota Medan yaitu,

- Metrolink Street Market yang berada di jl. Jenderal Besar A.H. Nasution, Kec. Medan Johor
- Medan Night Market yang berada di Jl. H. Adam Malik, Kecamatan Medan Barat
- Ring Road Point yang berada di Jl. Gatot Subroto, Sei Sikambing B, Kecamatan Medan Sunggal

- Mega Park yang berada di Komp. Megacom. Dwi kora, Kec. Medan Helvetia dan
- Katamso Land yang berada di Jl. Brigjend Katamso, Kp. Baru, Kec. Medan Maimun.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian merupakan daerah general yang hendak diriset oleh peneliti. Sugiyono (2019:126) “Populasi yakni keseluruhan subjek/objek dari wilayah generalisasi dengan karakteristik dan kualitas tertentu peneliti tetapkan untuk dipahami lebih dalam serta menarik simpulan”. Pendapat diatas dianggap sebagai suatu acuan untuk penulis dalam menetapkan populasi. Populasi yang diambil oleh peneliti yaitu semua UKM Kuliner yang ada di Kota Medan. Karena populasi tidak terketahui sehingga untuk mencari jumlah sampel harus mempergunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136) :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dibutuhkan

Z^2 = Harga pada kurve normal bagi simpanan lima persen dari nilai = 1,96

P = Peluang Benar 50% = 0,5

q = Peluang Salah 50% = 0,5

e = Sampling eror, menggunakan 10%

jadi jumlah sampel yang dihasilkan yaitu :

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasar hasil hitungan tersebut sehingga sampel yang dipilih yaitu 100 responden. Untuk memfokuskan atau memberi pengarahan pemilihan yang bisa sebagai perwakilan populasi, sehingga diterapkan teknik pengambilan sampel penelitian dari menerapkan teknik *cluster random sampling* yakni, UKM di pusat kuliner yang berada di 5 Kecamatan tersebut, dengan masing-masing Kecamatan adalah 20 UKM sehingga jumlah keseluruhan 5 Kecamatan yaitu, 100 UKM sebagai sampel.

3.4 Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

Jenis data sumber penelitian ialah data primer, merupakan data yang secara langsung didapatkan melalui sumber pertama objek yang diteliti. Data primer yang dipilih oleh peneliti yakni data yang dibagikan langsung kepada responden menggunakan kuesioner yang menyangkut analisa pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan, serta Kualitas produk sebagai moderasi terhadap Keunggulan Bersaing. Data yang diperoleh melalui data primer haruslah ada pengolahan kembali menggunakan statistik.

Sumber data penelitian ini didapat dari jawaban responden UKM Kuliner yang berada di 5 Kecamatan di Kota Medan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan survey terhadap UKM yang berada di Metrolink Street Market, Medan Night Market, Ring Road Point, Mega Park, dan Katamso Land dengan cara menyebar kuesioner.

Sesuai pemaparan Sugiyono (2019:199), kuesioner adalah cara untuk mengumpulkan data yang dilaksanakan melalui cara memberikan serangkaian

pertanyaan tertulis pada responden agar diisi, yang memiliki tujuan dalam memperoleh data mengenai pengaruh inovasi, orientasi kewirausahaan, dan kualitas produk yang berikutnya akan menjadi dasar dalam mengukur keunggulan bersaing. Pada penelitian ini, untuk mengukur variabel-variabelnya akan digunakan *skala likert*.

Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statement atau pernyataan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan

Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel III.1
Skala Pengukuran Likert

| No | Pernyataan | Skor |
|----|---------------------------|------|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3. | Kurang Setuju (KS) | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Adapun tabel dari definisi operasional penelitian dipaparkan pada tabel berikut.

Tabel III.2
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skala |
|-----------------------------------|--|---|--------|
| Inovasi Produk (X_1) | Inovasi merupakan persepsi, ide, jasa, serta produk yang baru dari seorang individu, inovasi bisa didefinisikan sebagai terobosan yang berhubungan dengan produk. Kotler & Keller (2012) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kreativitas 2. Inovasi teknis 3. Perubahan desain 4. Perubahan sarana distribusi 5. Sistem pembayaran Rifa'i <i>et al</i> (2019) | Likert |
| Orientasi Kewirausahaan (X_2) | Orientasi kewirausahaan sebagai potensi kewirausahaan yang dimiliki oleh owner (pemilik usaha) untuk menumbuhkan lingkungan kerja secara inovatif dan kreatif dipertengahan kompetisi yang kian ketat. Hajar dan Sukaatmadja (2016) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keinovatifan 2. Pengambilan resiko 3. Keaktifan Cynthia & Hendra (2014) | Likert |
| Kualitas Produk (Z) | Kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan yang dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi konsumennya, karena kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan satu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Astuti & Abdullah (2018) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk (<i>form</i>) 2. Fitur (<i>feature</i>) 3. Penyesuaian (<i>Customization</i>) 4. Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>) 5. Kualitas Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>) 6. Gaya (<i>Style</i>) Kotler & Keller (2016) | Likert |
| Keunggulan Bersaing (Y) | Keunggulan bersaing ialah potensi upaya menciptakan keunggulan dalam pasar supaya bisa berkompetisi bersama kompetitor lainnya. Keunggulan berkompetisi termasuk strategi laba melalui perusahaan yang bekerja sama dalam berkompetisi lebih efektif Dalimunthe (2017) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keunikan produk 2. Jarang dijumpai 3. Tidak mudah ditiru 4. Tidak mudah diganti 5. Harga bersaing Satyagraha (1994) | Likert |

Sumber : Data diolah, 2022

3.7 Teknik Analisis Data Penelitian

Peneliti mempergunakan teknik analisis data kuesioner sebagai pengumpulan data penelitiannya, supaya data yang bersumber dari kuesioner itu akurat. Responden yang telah mengisi kuesioner harus melakukan uji instrumen yang terdiri atas uji reliabilitas serta validitas dari memanfaatkan Program *SPSS*.

3.7.1 Uji Instrumen

3.7.1.1 Uji Validitas

validitas merupakan instrumen yang bisa dipergunakan sebagai pengukuran apa yang harusnya diukurkan. Valid menunjukkan ketepatan diantara data yang bisa dikumpulkan oleh penulis dan data yang sebenarnya timbul dalam objek. Uji validitas penelitian ini dapat memanfaatkan *SPSS* dari memperbandingkan nilai r tabel dan nilai r hitung apabila nilai r hitung bernilai positif atau $> r$ tabel sehingga pernyataan itu valid (Ghozali, 2018:51). r tabel diperoleh melalui derajat signifikan (α) 5% (0,05) dan degree of freedom derajat bebas menerapkan rumus yaitu:

$$df = n - 2$$

Keteramgam :

n = Jumlah sampel

1 = two tail test

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji ini membutuhkan alat sebagai pengukuran sebuah kuesioner yakni indikator dari variabel konstruk. Sebuah variabel diungkapkan handal atau reliabel apabila jawaban individu atas pernyataan ialah stabil atau konsisten dari masa ke masa atau mempunyai *cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2018:148)

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melaksanakan pengujian hipotesis, melakukan uji dahulu pada indikasi penyimpangan asumsi klasik. Asumsi model linear klasik ialah tidak ada multikolinearitas, serta heteroskedastisitas dan terdistribusi secara normal. Teknik yang diterapkan dalam pengujian indikasi penyimpangan asumsi klasik yakni diantaranya:

3.7.2.1 Uji Normalitas

Sesuai pemaparan Ghozali (2018:161), tujuan dilakukannya pengujian normalitas yakni sebagai pengujian apakah dalam model regresi, variabel terikat serta variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dinyatakan baik model regresi apabila mendekati normal atau berdistribusi data normal. Pengujian normalitas dilaksanakan melalui cara:

- 1) Memandang histogram yang memperbandingkan data sebenarnya dan distribusi normal.
- 2) Memandang Normal Probability plot yang memperbandingkan distribusi kumulatif dari sebenarnya dan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sementara distribusi normal akan berubah bentuk garis diagonal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Sebagaimana yang diungkapkan Ghozali (2018:107), tujuan dilakukannya pengujian multikolinearitas yakni untuk mengujian apakah model regresi ditemukan adanya korelasi hubungan antara variabel independen. Dinyatakan baik model regresi apabila tidak muncul hubungan antar variabel independen. Penelitian ini teknik yang digunakan dalam pendeteksian terdapat ataukah tidak

multikolinearitas adalah melalui cara mengamati. Apabila nilai VIF (*variance Inflation Factor*) dan tolerance yang diperoleh antara 1-10 sehingga timbul multikolinearitas dan nilai toleransinya dibawah dari 0,10 sehingga model regresi ada indikasi multikolinearitas.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya pengujian ini yakni untuk melakukan uji apakah dalam model regresi timbul ketidaksesuaian dari residual antar pengamatan lain tetap, sehingga dapat disebut homokedastisitas serta jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dinyatakan baik model regresi apakah tidak timbul heterokedastisitas atau homokredastisitas (Ghozali, 2018:137). Untuk melaksanakan uji ini dapat memanfaatkan pengujian regresi. Pengujian ini dilaksanakan melalui meregresikan antara variabel bebas dan absolute residulnya. Apabila nilai signifikan anantara variabel bebas dan absolute residulnya diatas 0,05 sehingga tidak timbul indikasi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan pengujian yang mana nantinya dapat memutuskan apakah hipotesis penelitian ditolak atautkah diterima. Pada uji ini, analisa yang diterapkan yakni Analisis Regresi Linear Berganda, Uji persial (t), Uji simultan (F), dan MRA.

3.7.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda ialah sebuah teknik statistik yang biasanya banyak dimanfaatkan sebagai penelitian antara 2 ataupun lebih. Analisa ini mengetahui hubungan diantara variabel bebas dan terikat, disamping itu regresi linear berganda dipergunakan sebagai pengujian kebenaran hipotesis yang peneliti telah

ajukan. Penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda yang nanti mengolahnya memanfaatkan program SPSS. Bentuk persamaan linear berganda yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Ket :

Y = Keunggulan Bersaing

a = Konstanta

b₁,b₂,b₃ = Koefesien regresi variabel independen

X₁ = Inovasi produk

X₂ = Orientasi Kewirausahaan

e = error penelitian

3.7.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji statistik F)

Tujuan dilakukannya uji ini yakni guna memperlihatkan pengaruh variabel dependent secara simultan pada variabel independent. Uji statistik F dilaksanakan melalui cara melihat nilai F_{hitung} terhadap F_{tabel} . Bila $F_{hitung} >$ nilai F_{tabel} , dengan demikian H_0 ditolak serta menerima H_a (ada pengaruh secara simultan) serta jika nilai $F_{hitung} <$ nilai F_{tabel} , sehingga menerima H_0 atau menolak H_a . Uji statistik F pula bisa dilaksanakan melalui melihat *probability value* $>$ 0,05, sehingga menerima H_0 ataupun menolak H_a .

3.7.3.3 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Uji ini intinya mengungkapkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas atau independen secara individual saat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:179). Dalam uji t ini digunakan sebagai pengujian setiap variabel

bebas pada variabel terikat melalui penggunaan tingkat signifikansi 5%. Berikut kriteria pengukurannya yakni:

1. Bila menerima H_0 serta H_a ditolak dengan signifikansi > 0.05 , berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel tergantung.
2. Apabila menolak H_0 serta H_a diterima dengan signifikansi $< 0,05$, berarti variabel independen mempengaruhi variabel tergantung.

3.7.4. Moderated Regression Analysis

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel dependen) (Ghozali, 2016). Berikut rumus matematis untuk menguji hipotesis 3 dan 4 dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_1Z + e$$

$$Y = a + b_1X_2 + b_2X_2Z + e$$

Ket :

Y = Keunggulan Bersaing

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefesien regresi variabel independen

X_1 = Inovasi produk

X_2 = Orientasi Kewirausahaan

Z = Kualitas produk

e = error penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kota Medan

4.1.1. Sejarah Singkat

Secara internal ada 3 (tiga) aspek pokok yang mempengaruhi penyelenggaraan pemerintahan daerah Kota Medan, yaitu (1) kondisi geografis, (2) kondisi demografis, dan (3) kondisi sosial ekonomi daerah. Ketiga aspek tersebut merupakan potensi yang dimiliki Pemerintah Kota Medan sehingga dapat menjadi modal dasar pembangunan Kota Medan dan sekaligus dapat menjadi tantangan bagi keberlangsungan pembangunan Kota Medan di masa mendatang.

4.1.2. Kondisi Geografis Kota Medan

Sebagai salah satu daerah otonom dengan status kota, maka kedudukan, fungsi dan peranan Kota Medan cukup penting dan strategis baik secara regional maupun nasional. Bahkan sebagai ibukota Provinsi Sumatera Utara, Kota Medan sering digunakan sebagai barometer dan tolok ukur dalam pembangunan dan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Sebagai anugerah Tuhan Yang Maha Esa maka secara geografis, Kota Medan memiliki kedudukan strategis sebab berbatasan langsung dengan Selat Malaka di bagian Utara sehingga relatif dekat dengan kota-kota/negara yang lebih maju seperti Pulau Penang, Kuala Lumpur Malaysia dan Singapura.

Berdasarkan pertimbangan dinamika pembangunan kota, luas wilayah administrasi Kota Medan telah melalui beberapa kali perubahan. Pada tahun 1951, Walikota Medan mengeluarkan Maklumat Nomor 21 Tanggal 29 September 1951

yang menetapkan luas Kota Medan menjadi 5.130 Ha yang meliputi 4 kecamatan dengan 59 kelurahan. Maklumat Walikota Medan dikeluarkan menyusul keluarnya Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 66/III/PSU tanggal 21 September 1951 agar daerah Kota Medan diperluas menjadi 3 (tiga) kali lipat. Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1973, Kota Medan kemudian mengalami pemekaran wilayah menjadi 26.510 Ha yang terdiri dari 11 kecamatan dengan 116 kelurahan. Kemudian, berdasarkan luas administrasi yang sama maka melalui Surat Persetujuan Menteri Dalam Negeri Nomor 140/2271/PUOD tanggal 5 Mei 1986 ditetapkan pemekaran kelurahan menjadi 144 kelurahan.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Gubernur KDH Tingkat I Sumatera Utara Nomor 140.22/2772.K/1996 tanggal 30 September 1996 tentang pendefinitipan 7 kelurahan di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 1992 tentang Pembentukan Beberapa Kecamatan di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan dimekarkan kembali menjadi 21 kecamatan dengan 151 kelurahan dan 2.001 lingkungan.

Secara astronomis Kota Medan terletak pada posisi 3°30' - 3°43' Lintang Utara dan 98°35' - 98°44' Bujur Timur dengan luas wilayah 265,10 km². Sebagian besar wilayah Kota Medan merupakan dataran rendah dengan topografi yang cenderung miring ke Utara dan menjadi tempat pertemuan 2 sungai penting, yaitu sungai Babura dan sungai Deli.

Kota Medan berada pada ketinggian 2,5 – 37,5 meter di atas permukaan laut dan secara administratif mempunyai batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kabupaten Deli Serdang dan Selat Malaka

Sebelah Selatan: Kabupaten Deli Serdang

Sebelah Barat : Kabupaten Deli Serdang

Sebelah Timur : Kabupaten Deli Serdang

4.1.3. Kondisi Demografis Kota Medan

Masyarakat Kota Medan merupakan masyarakat yang memiliki kemajemukan meliputi unsur agama, suku, etnis budaya dan adat istiadat. Kehidupan yang penuh kemajemukan tersebut dapat berjalan cukup baik dan harmonis yang dilandasi rasa kebersamaan dan saling toleransi serta memiliki rasa kekeluargaan yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa karakter masyarakat Kota Medan memiliki sifat keterbukaan dan siap menerima perubahan konstruktif dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Tabel IV.1.
Jumlah dan Persentase Penduduk Kota Medan Untuk Tahun 2020
Berdasarkan Kecamatan

| No | Kecamatan | Jumlah Penduduk | Persentase (%) |
|--------|------------------|-----------------|----------------|
| 1 | Medan Tuntungan | 85.613 | 3.87 |
| 2 | Medan Johor | 132.012 | 5.93 |
| 3 | Medan Amplas | 123.850 | 5.48 |
| 4 | Medan Denai | 146.061 | 6.69 |
| 5 | Medan Area | 98.992 | 4.56 |
| 6 | Medan Kota | 74.439 | 3.43 |
| 7 | Medan Maimun | 40.663 | 1.87 |
| 8 | Medan Polonia | 55.949 | 2.52 |
| 9 | Medan Baru | 40.540 | 1.87 |
| 10 | Medan Selayang | 106.150 | 4.73 |
| 11 | Medan Sunggal | 115.785 | 5.32 |
| 12 | Medan Helvetia | 150.721 | 6.81 |
| 13 | Medan Petisah | 63.374 | 2.92 |
| 14 | Medan Barat | 72.683 | 3.34 |
| 15 | Medan Timur | 114.720 | 5.13 |
| 16 | Medan Perjuangan | 95.882 | 4.41 |
| 17 | Medan Tembung | 137.178 | 6.31 |
| 18 | Medan Deli | 181.460 | 8.06 |
| 19 | Medan Labuhan | 117.472 | 5.31 |
| 20 | Medan Marelan | 162.267 | 6.94 |
| 21 | Medan Belawan | 98.113 | 4.51 |
| Jumlah | | 2.210.624 | 100 |

Sumber : BPS Kota Medan, 2021.

Laju pertumbuhan penduduk Kota Medan selama periode tahun 2016-2020 dapat dilihat pada Tabel IV.2.

Tabel IV.2.
Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk Kota Medan Tahun 2016-2020

| Indikator | Tahun | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Jumlah Penduduk (Orang) | 2.117.224 | 2.122.804 | 2.135.516 | 2.191.140 | 2.210.624 |
| Laju Pertumbuhan Penduduk (%) | - | 0.26 | 0.60 | 2.69 | 0.89 |

Sumber : BPS Kota Medan, 2021.

Berdasarkan data BPS Kota Medan diketahui ada peningkatan jumlah penduduk Kota Medan dari tahun 2016-2020. Jumlah penduduk Kota Medan 2.117.224 jiwa pada tahun 2016 menjadi 2.212.804 jiwa pada tahun 2017 dengan laju pertumbuhan sebesar 0,26%. Pada tahun 2018 penduduk Kota Medan berjumlah 2.135.516 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,60% dari

jumlah penduduk tahun 2017. Jumlah penduduk Kota Medan pada tahun 2019 meningkat menjadi 2.191.140 jiwa dengan laju pertumbuhan 2,69%. Pada tahun 2020 jumlah penduduk Kota Medan 2.210.624 jiwa atau tumbuh sebesar 0,89% dari tahun sebelumnya. Dilihat dari laju pertumbuhannya, penduduk Kota Medan mengalami pertumbuhan yang fluktuatif. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor alami, seperti tingkat kelahiran, kematian dan arus urbanisasi.

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Kota Medan dari tahun ke tahun maka rasio kepadatan penduduk Kota Medan juga mengalami peningkatan dikarenakan luas wilayah Kota Medan yang tidak mengalami perubahan (tetap).

Tabel IV.3.
Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Kota Medan Tahun 2016-2020

| Indikator | Tahun | | | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Jumlah Penduduk (Orang) | 2.117.224 | 2.122.804 | 2.135.516 | 2.191.140 | 2.210.624 |
| Luas Wilayah (km ²) | 265.1 | 265.1 | 265.1 | 265.1 | 265.1 |
| Kepadatan Penduduk | 7987 | 8008 | 8056 | 8265 | 8339 |

Sumber : BPS Kota Medan, 2021.

Rasio kepadatan penduduk Kota Medan mengalami peningkatan dari 7.987² jiwa/Km² pada tahun 2016 menjadi 8.008 jiwa/Km² pada tahun 2017. Pada tahun 2018 kepadatan penduduk Kota Medan meningkat menjadi 8.056 jiwa/Km². Pada tahun 2019 kepadatan penduduk kembali meningkat menjadi 8.265 jiwa/Km² dan pada tahun 2020 meningkat kembali menjadi 8.339 jiwa/Km². Dilihat dari rasio kepadatan penduduk tersebut maka kepadatan penduduk Kota Medan relatif termasuk tinggi sehingga untuk masa mendatang menjadi salah satu tantangan demografi yang harus diantisipasi. Oleh karena itu, kecenderungan semakin menyempitnya luas lahan berpotensi terjadinya ketidakseimbangan antara daya dukung dan daya tampung lingkungan yang ada.

4.1.4. Kondisi Perekonomian Kota Medan

Pertumbuhan ekonomi pada dasarnya merupakan gambaran dari aktifitas perekonomian masyarakat di suatu daerah, disamping juga dapat digunakan sebagai salah satu tolok ukur keberhasilan dari pelaksanaan pembangunan itu sendiri. Berdasarkan indikator PDRB atas dasar harga konstan tahun 2000, pertumbuhan ekonomi Kota Medan selama periode 2018 – 2020 menunjukkan perlambatan yang berarti. Pertumbuhan ekonomi Kota Medan pada tahun 2018 sebesar 5,36%. Pada tahun 2019 pertumbuhan ekonomi Kota Medan meningkat menjadi sebesar 6,08%, pada tahun 2020 menurun menjadi 5,74 %. Selanjutnya apabila dianalisis secara sektoral, perlambatan ekonomi Kota Medan dapat dilihat pada Tabel IV.4.

Tabel IV.4.
Pertumbuhan Ekonomi Sektoral Kota Medan Tahun 2018-2020

| No | Lapangan Usaha | Pertumbuhan (%) | | |
|---------------|---|-----------------|-------------|-------------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Pertanian, Kehutanan dan Perikanan | 1.09 | 6.39 | 5.01 |
| 2 | Pertambangan dan Penggalian | -3.00 | -5.01 | -4.40 |
| 3 | Industri Pengolahan | 1.93 | 2.72 | 1.37 |
| 4 | Pengadaan Listrik dan Gas | -16.73 | -0.42 | -7.13 |
| 5 | Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang | 3.86 | 6.67 | 8.01 |
| 6 | Konstruksi | 8.43 | 8.95 | 8.09 |
| 7 | Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor | 8.64 | 9.14 | 5.53 |
| 8 | Transportasi dan Pergudangan | -11.76 | -11.99 | 2.68 |
| 9 | Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum | 6.55 | 9.63 | 8.36 |
| 10 | Informasi dan Akuntansi | 9.93 | 9.55 | 9.51 |
| 11 | Jasa Keuangan dan Asuransi | 6.98 | 4.78 | 5.57 |
| 12 | Real Estate | 8.04 | 8.70 | 7.51 |
| 13 | Jasa Perusahaan | 6.78 | 6.66 | 4.94 |
| 14 | Adminstrasi Pemerintahan, Pertanahan dan Jaminan Sosial Wajib | 7.29 | 7.60 | 2.83 |
| 15 | Jasa Pendidikan | 8.30 | 8.16 | 8.54 |
| 16 | Jasa Kesehatan | 9.87 | 11.81 | 9.95 |
| 17 | Jasa lainnya | 8.25 | 8.05 | 6.97 |
| Jumlah | | 5.36 | 6.08 | 5.74 |

Sumber : BPS Kota Medan, 2021.

Pada tahun 2020 lapangan usaha yang mengalami penurunan dari tahun 2018 terjadi pada sektor lapangan usaha pertambangan dan penggalain, industri

pengolahan, konstruksi, perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, informasi dan komunikasi, jasa keuangan dan asuransi, real estate, jasa perusahaan, administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib, dan jasa-jasa lainnya. Sementara itu, lapangan usahayang tumbuh secara signifikan yaitu pertanian, pengadaan listrik dan gas, pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang, transportasi dan perdagangan, penyediaan akomodasi dan makan minum, jasa pendidikan, dan jasa kesehatan.

Peranan atau kontribusi sektor ekonomi menunjukkan besarnya kemampuan masing-masing sektor ekonomi dalam menciptakan nilai tambah dan menggambarkan ketergantungan daerah terhadap kemampuan memproduksi barang dan jasa dari masing-masing sektor ekonomi. Untuk mengetahui struktur perekonomian Kota Medan dapat dilihat dari kontribusi setiap sektor dalam pembentukan PDRB menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku.

Berdasarkan Tabel IV.5. menunjukkan bahwa struktur ekonomi Kota Medan relatif tidak mengalami pergeseran selama periode 2018 – 2020. Untuk sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor merupakan sektor yang paling besar peranannya terhadap pembentukan PDRB Kota Medan dan diikuti sektor konstruksi dan industri pengolahan. Sedangkan sektor ekonomi yang berkontribusi rendah adalah sektor pertambangan dan penggalian, diikuti sektor pengadaan listrik dan gas, sektor pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang.

Tabel IV.5.
Pertumbuhan Ekonomi Sektoral Kota Medan Tahun 2018-2020
(Primer, Sekunder, dan Tersier)

| No | Lapangan Usaha | Pertumbuhan (%) | | |
|----|---|-----------------|--------------|--------------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 |
| | Primer | 1.2 | 1.19 | 1.19 |
| 1 | Pertanian, Kehutanan dan Perikanan | 1.2 | 1.19 | 1.19 |
| 2 | Pertambangan dan Penggalian | - | - | - |
| | Sekunder | 34.42 | 34.66 | 34.40 |
| 3 | Industri Pengolahan | 16.47 | 16.17 | 15.54 |
| 4 | Pengadaan Listrik dan Gas | 0.13 | 0.11 | 0.09 |
| 5 | Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang | 0.17 | 0.18 | 0.18 |
| 6 | Konstruksi | 17.65 | 18.2 | 18.59 |
| | Tersier | 64.38 | 64.15 | 64.41 |
| 7 | Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor | 23.83 | 24.67 | 24.77 |
| 8 | Transportasi dan Pergudangan | 7.99 | 6.56 | 6.38 |
| 9 | Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum | 2.75 | 2.95 | 3.07 |
| 10 | Informasi dan Akuntansi | 5.15 | 4.94 | 4.88 |
| 11 | Jasa Keuangan dan Asuransi | 7.47 | 7.35 | 7.27 |
| 12 | Real Estate | 7.83 | 8.06 | 8.29 |
| 13 | Jasa Perusahaan | 2.41 | 2.45 | 2.46 |
| 14 | Adminstrasi Pemerintahan, Pertanahan dan Jaminan Sosial Wajib | 1.89 | 1.91 | 1.93 |
| 15 | Jasa Pendidikan | 2.71 | 2.76 | 2.73 |
| 16 | Jasa Kesehatan | 1.31 | 1.42 | 1.53 |
| 17 | Jasa lainnya | 1.04 | 1.08 | 1.1 |
| | Jumlah | 100 | 100 | 100 |

Sumber : BPS Kota Medan, 2021.

Apabila dianalisis lebih jauh, struktur perekonomian Kota Medan menunjukkan bahwa kontribusi sektor primer cenderung semakin menurun selama periode 2018 – 2020, yakni dari 1,2 % pada tahun 2018 menjadi 1,19% di tahun 2020 atau turun sebesar 0,01%. Begitupun kontribusi sektor sekunder yang mengalami penurunan sebesar 0,02% dari 34,42% pada tahun 2018 menjadi 34,40% di tahun 2020. Namun untuk kontribusi sektor tersier menunjukkan kecenderungan yang meningkat selama periode tersebut yakni dari 64,38% pada tahun 2018 menjadi 64,41% pada tahun 2020 atau mengalami peningkatan sebesar 0,03%.

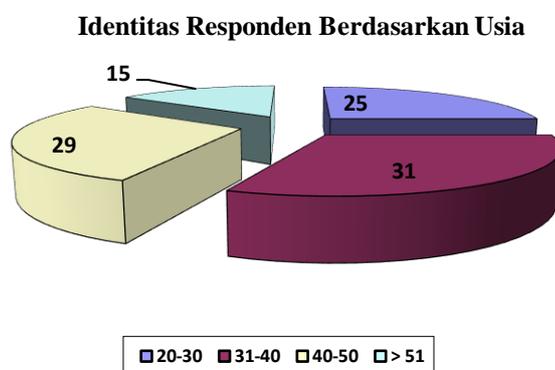
Kondisi tersebut memberikan gambaran bahwa struktur atau pola perekonomian Kota Medan telah bergeser dari sektor pertanian (agraris) ke sektor

sekunder atau sektor jasa yang merupakan ciri spesifik dari daerah perkotaan. Hal ini sejalan dengan fenomena di daerah perkotaan dimana mata pencaharian penduduk mengarah kepada sektor-sektor non agraris. Gejala ini bisa dipahami karena beberapa faktor yang menyebabkan antara lain luas lahan pertanian di daerah perkotaan sangat sempit sehingga daya serap tenaga kerja sektor pertanian semakin sedikit dan tidak memungkinkan bagi penduduk untuk memiliki lahan pertanian yang cukup luas serta lahan diperkotaan merupakan barang berharga dan bernilai sangat tinggi sehingga dari segi ekonomis dimungkinkan untuk kegiatan sektor lainnya, seperti kawasan industri, pertokoan ataupun permukiman.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Identitas Responden

Dalam pembahasan ini penulis akan menguraikan secara rinci data-data angket setelah di sebar dan diisi oleh responden, untuk itu penulis akan mengolah dengan jalan mentabulasikan data dari tiap-tiap aspek pertanyaan. Penyajian data identitas responden bertujuan untuk mengenal keadaan responden yang diteliti, sehingga lebih memudahkan pemahaman permasalahan yang diperoleh dalam penelitian.

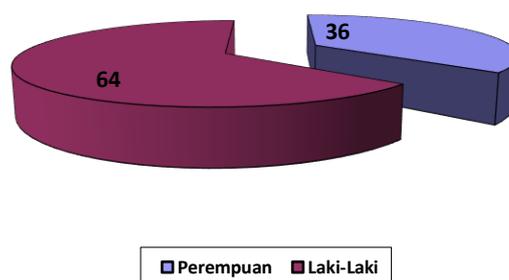


Sumber : Data diolah, 2022.

Gambar IV.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Pada Gambar IV.2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 31 responden (31.00%), sedangkan selebihnya di bawah 30 tahun dan di atas 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa semakin matang usia tenaga kerja maka semakin matang pula dalam berfikir sehingga akan menghasilkan kinerja yang tinggi.

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

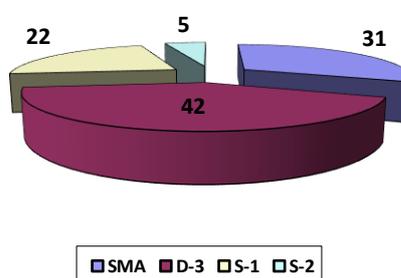


Sumber : Data diolah, 2022.

Gambar IV.3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada Gambar IV.3 dapat dilihat mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 responden (64.00%) dan 36 responden (36.00%) adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki mempunyai tanggung jawab untuk menjadi tulang punggung keluarga.

Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Sumber : Data diolah, 2022.

Gambar IV.4. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pada Gambar IV.4 dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah D-3 sebanyak 42 responden (42.00%). Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja di

dalam perusahaan didominasi kualitas produk yang tidak terlalu tinggi akan tetapi masih bisa dikembangkan menjadi lebih baik lagi kedepannya.

4.2.2. Karakteristik Jawaban Responden

Pada penelitian ini variabel bebas yang diamati ada dua yaitu inovasi (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2), sedangkan variabel terikat yang diteliti yaitu keunggulan bersaing (Y) serta variabel intervening kualitas produk (X_3).

a. Variabel Inovasi (X_1)

Tabel IV.6.
Variabel Bebas (X_1) Inovasi

| No. Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | |
|-------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|-----|---|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 68 | 68,00 | 14 | 14,00 | 13 | 13,00 | 5 | 5,00 | 0 | 0 |
| 2 | 65 | 65,00 | 25 | 25,00 | 6 | 6,00 | 4 | 4,00 | 0 | 0 |
| 3 | 52 | 52,00 | 39 | 39,00 | 7 | 7,00 | 2 | 2,00 | 0 | 0 |
| 4 | 58 | 58,00 | 27 | 27,00 | 6 | 6,00 | 9 | 9,00 | 0 | 0 |
| 5 | 65 | 65,00 | 25 | 25,00 | 6 | 6,00 | 4 | 4,00 | 0 | 0 |

Sumber : Data diolah, 2022.

Dari data Tabel IV.6 dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari jawaban pertama mengenai Saya selalu berusaha menjadi lebih baik di dalam keterbatasan saya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 68%.
- 2) Dari jawaban kedua mengenai Saya menciptakan rasa suka dari konsumen terhadap produk melalui promo yang saya berikan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 65%.
- 3) Dari jawaban ketiga mengenai Saya juga menggunakan jenis bahan baku yang lain selain bahan baku yang utama agar tercipta produk yang lebih inovatif, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 52%.

- 4) Dari jawaban keempat mengenai Saya membuat pendistribusian yang lebih luas dan pendistribusian yang sudah ada sebelumnya, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 58%.
- 5) Dari jawaban kelima mengenai Saya terbantu menggunakan teknologi perbankan dalam transaksi pembayaran, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 65%.

b. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X₂)

Tabel IV.7.
Variabel Bebas (X₂) Orientasi kewirausahaan

| No. Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | |
|-------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|---|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 49 | 49,00 | 31 | 31,00 | 9 | 9,00 | 11 | 11,00 | 0 | 0 |
| 2 | 41 | 41,00 | 41 | 41,00 | 11 | 11,00 | 7 | 7,00 | 0 | 0 |
| 3 | 50 | 50,00 | 39 | 39,00 | 5 | 5,00 | 6 | 6,00 | 0 | 0 |

Sumber : Data diolah, 2022.

Dari data Tabel IV.7 dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari jawaban pertama mengenai Saya selalu berusaha untuk mencari pasar baru yang potensial, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 49%.
- 2) Dari jawaban kedua mengenai Saya berani menghadapi berbagai resiko dan tantangan dengan penuh perhitungan, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 41%.
- 3) Dari jawaban ketiga mengenai Saya memiliki strategi dalam memenangkan persaingan secara sehat seiring dengan munculnya UKM baru yang sejenis, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 50%.

c. Variabel Keunggulan bersaing (Y)

Tabel IV.8.
Variabel Terikat (Y) Keunggulan bersaing

| No. Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | |
|-------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|-----|---|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 67 | 67,00 | 15 | 15,00 | 10 | 10,00 | 8 | 8,00 | 0 | 0 |
| 2 | 61 | 61,00 | 25 | 25,00 | 7 | 7,00 | 7 | 7,00 | 0 | 0 |
| 3 | 65 | 65,00 | 14 | 14,00 | 17 | 17,00 | 4 | 4,00 | 0 | 0 |
| 4 | 63 | 63,00 | 21 | 21,00 | 11 | 11,00 | 5 | 5,00 | 0 | 0 |
| 5 | 47 | 47,00 | 34 | 34,00 | 10 | 10,00 | 9 | 9,00 | 0 | 0 |

Sumber : Data diolah, 2022.

Dari data Tabel IV.8 dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari jawaban pertama mengenai Pelaku usaha membuat produk yang ditampilkan lebih disukai oleh konsumen karena memiliki desain yang unik dan berbeda dari yang lain, mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 67%.
- 2) Dari jawaban kedua mengenai Produk saya mempunyai rasa yang enak dan higienis, mayoritas responden menjawab netral dengan presentase sebesar 61%.
- 3) Dari jawaban ketiga mengenai Produk usaha saya tidak mudah ditiru oleh pesaing, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 65%.
- 4) Dari jawaban keempat mengenai Produk tidak mudah digantikan oleh produk serupa lainnya, mayoritas responden menjawab netral dengan presentase sebesar 63%.
- 5) Dari jawaban kelima mengenai Senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 47%.

d. Variabel Kualitas Produk (Z)

Tabel IV.9.
Variabel Moderasi (Z) Kualitas produk

| No. Pernyataan | SS | | S | | KS | | TS | | STS | |
|-------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|---|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 42 | 42,00 | 29 | 29,00 | 6 | 6,00 | 23 | 23,00 | 0 | 0 |
| 2 | 33 | 33,00 | 42 | 42,00 | 16 | 16,00 | 9 | 9,00 | 0 | 0 |
| 3 | 58 | 58,00 | 24 | 24,00 | 4 | 4,00 | 14 | 14,00 | 0 | 0 |
| 4 | 43 | 43,00 | 37 | 37,00 | 8 | 8,00 | 12 | 12,00 | 0 | 0 |
| 5 | 41 | 41,00 | 38 | 38,00 | 16 | 16,00 | 5 | 5,00 | 0 | 0 |
| 6 | 46 | 46,00 | 31 | 31,00 | 11 | 11,00 | 12 | 12,00 | 0 | 0 |

Sumber : Data diolah, 2022.

Dari data Tabel IV.9 dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari jawaban pertama mengenai Produk yang dihasilkan dikemas dengan baik, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 42%.
- 2) Dari jawaban kedua mengenai Produk yang dihasilkan memiliki motif yang bagus dan berbeda dengan produk sejenisnya, mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 33%.
- 3) Dari jawaban ketiga mengenai Selalu menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 58%.
- 4) Dari jawaban keempat mengenai Senantiasa menghasilkan produk dengan bahan yang nyaman dipakai, mayoritas responden menjawab netral dengan presentase sebesar 43%.
- 5) Dari jawaban kelima mengenai Kualitas produk yang dihasilkan mampu menyaingi produk lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 41%.

- 6) Dari jawaban keenam mengenai Senantiasa menciptakan desain produk yang baik agar dapat diterima oleh konsumen, mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase sebesar 46%.

4.2.3. Pengujian Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software Statistic Package and Social Science (SPSS)*, sebagai berikut:

Tabel IV.10.
Hasil Uji Validitas Data

| Variabel | Item | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|-----------------------------------|------|----------|---------|------------|
| Inovasi (X_1) | P1 | 0,634 | 0,195 | Valid |
| | P2 | 0,604 | 0,195 | Valid |
| | P3 | 0,540 | 0,195 | Valid |
| | P4 | 0,683 | 0,195 | Valid |
| | P5 | 0,679 | 0,195 | Valid |
| Orientasi Kewirausahaan (X_2) | P1 | 0,488 | 0,195 | Valid |
| | P2 | 0,532 | 0,195 | Valid |
| | P3 | 0,477 | 0,195 | Valid |
| Keunggulan Bersaing (Y) | P1 | 0,631 | 0,195 | Valid |
| | P2 | 0,707 | 0,195 | Valid |
| | P3 | 0,636 | 0,195 | Valid |
| | P4 | 0,656 | 0,195 | Valid |
| | P5 | 0,343 | 0,195 | Valid |
| Kualitas Produk (Z) | P1 | 0,587 | 0,195 | Valid |
| | P2 | 0,643 | 0,195 | Valid |
| | P3 | 0,739 | 0,195 | Valid |
| | P4 | 0,895 | 0,195 | Valid |
| | P5 | 0,822 | 0,195 | Valid |
| | P6 | 0,810 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data diolah, 2022.

Pada Tabel IV.10, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator/item untuk variabel inovasi, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kualitas produk dengan $n = 100$ dengan tingkat kepercayaan 95%

(0,195). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator/item pertanyaan dalam variabel penelitian ini adalah valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur apakah jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini uji reabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*.

Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel $> 0,60$ (Ghozali, 2018:148). Dalam tabel berikut ini disajikan hasil uji reabilitas.

Tabel IV.11.
Hasil Uji Reliabilitas Data

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|---|-------------------------|------------|
| Inovasi (X ₁) | 0,828 | Reliabel |
| Orientasi kewirausahaan (X ₂) | 0,682 | Reliabel |
| Keunggulan bersaing (Y) | 0,804 | Reliabel |
| Kualitas produk (Z) | 0,905 | Reliabel |

Sumber : Data diolah, 2022.

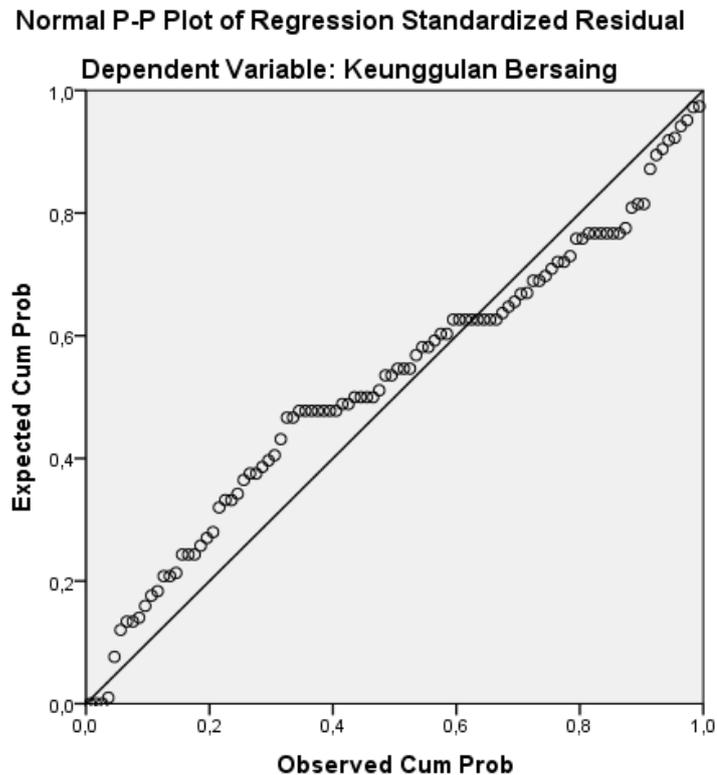
Pada Tabel IV.11 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa variabel inovasi, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kualitas produk adalah reliabel.

4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah jika model regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

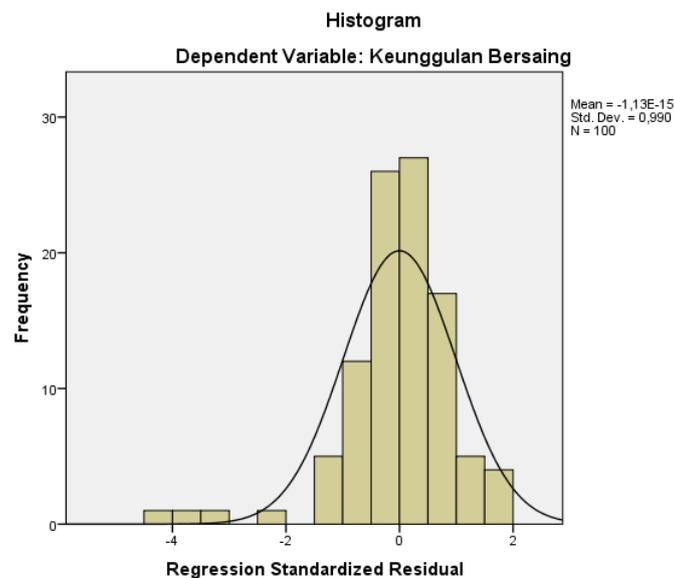
Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara yaitu analisis grafik.



Sumber : Data diolah, 2022.

Gambar IV.5. Grafik *P-P Plot*

Dari gambar grafik IV.5, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual telah normal. Selain uji grafik, maka uji normalitas data juga menggunakan uji histogram dapat dilihat pada grafik berikut:



Sumber : Data Primer Diolah, 2021.
Gambar IV.6. Grafik Histogram

Gambar IV.6, menunjukkan bahwa terjadi lengkungn berbentuk lonceng yang menyatakan histogram dan polygon frekuensi variabel dapat dinyatakan normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent) atau tidak, berikut menunjukkan hasil uji multikolinearitas.

Tabel IV.12.
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 5,525 | 2,240 | | 2,466 | ,015 | | |
| Inovasi | ,691 | ,085 | ,641 | 8,156 | ,000 | ,961 | 1,041 |
| Orientasi Kewirausahaan | ,073 | ,127 | ,045 | ,577 | ,565 | ,961 | 1,041 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
Sumber : Data diolah, 2022.

Pada Tabel IV.12, hasil uji multikolinearitas nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser, yaitu:

Tabel IV.13.
Uji Glejser
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6,109 | 1,597 | | 3,825 | ,000 |
| Inovasi | -,119 | ,060 | -,197 | -1,970 | ,052 |
| Orientasi Kewirausahaan | -,135 | ,091 | -,149 | -1,490 | ,140 |

a. Dependent Variable: Abs_Res
Sumber : Data diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel IV.13, diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel inovasi (X_1) adalah 0,052 dan orientasi kewirausahaan (X_2) adalah 0,140. Karena nilai signifikansi kedua variabel lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.2.5. Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian regresi dapat dilihat pada Tabel IV.14 di bawah ini:

Tabel IV.14.
Pengujian Kelayakan Regresi Linier Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 5,525 | 2,240 | | 2,466 | ,015 | | |
| Inovasi | ,691 | ,085 | ,641 | 8,156 | ,000 | ,961 | 1,041 |
| Orientasi Kewirausahaan | ,073 | ,127 | ,045 | ,577 | ,565 | ,961 | 1,041 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
Sumber : Data diolah, 2022.

$$Y = 5,525 + 0,691 b_1X_1 + 0,073 b_2X_2$$

- 1). $a = 5,525$ atau konstanta regresi, yang berarti jika tidak ada nilai independen variabel X_1 (inovasi) dan variabel X_2 (orientasi kewirausahaan). Dalam hal ini jika X_1 dan X_2 sama dengan 0 (nol) maka keunggulan bersaing akan bertambah sebesar 5,525.
- 2). $b_1 = 0,691$ untuk independen variabel X_1 (inovasi) yang bertanda positif menunjukkan kenaikan inovasi sebesar 1 satuan akan menambah keunggulan bersaing sebesar 0,691 satuan.
- 3). $b_2 = 0,073$ untuk independen variabel X_2 (orientasi kewirausahaan) yang bertanda positif menunjukkan bahwa kenaikan orientasi kewirausahaan sebesar 1 satuan akan menambah jumlah keunggulan bersaing sebesar 0,073 satuan.

4.2.6. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian tersebut dapat dinyatakan signifikan secara statistik.

a. Uji t

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel IV.15.

Tabel IV.15.
Hasil Uji Hipotesis

| Model | Coefficients ^a | | | | | | |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 5,525 | 2,240 | | 2,466 | ,015 | | |
| Inovasi | ,691 | ,085 | ,641 | 8,156 | ,000 | ,961 | 1,041 |
| Orientasi Kewirausahaan | ,073 | ,127 | ,045 | ,577 | ,565 | ,961 | 1,041 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
Sumber : Data diolah, 2022.

Nilai t-hitung untuk X_1 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,156 > 1,984$), yang berarti bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing ($0,000 < 0,05$). Sedangkan untuk X_2 , nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,577 < 1,984$) yang berarti orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing ($0,565 > 0,05$).

b. Uji F

Uji F adalah uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Tabel IV.16.
Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 499,478 | 2 | 249,739 | 35,768 | ,000 ^b |
| | Residual | 677,282 | 97 | 6,982 | | |
| | Total | 1176,760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi*Kualitas Produk, Inovasi

Sumber : Data diolah, 2022.

Pengujian F dapat dilihat dari tabel ANOVA sebesar 35,768 dengan tingkat signifikan 0,000. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($35,768 > 3,09$) dan $Sig. < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Artinya model ini telah fit dan dapat digunakan dalam penelitian ini. Sehingga bisa dilihat dari hasil penelitian bahwa inovasi dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

c. Uji Determinasi

Tabel IV.17.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,651 ^a | ,424 | ,413 | 2,64255 |

a. Predictors: (Constant), Orientasi kewirausahaan, Inovasi

b. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

Sumber : Data diolah, 2022.

Dari Tabel IV.17, diperoleh R Square untuk Y (keunggulan bersaing) adalah 0,424. Hal ini berarti 42,4% variasi variabel keunggulan bersaing (Y) dipengaruhi oleh variabel X_1 (inovasi) dan variabel X_2 (orientasi kewirausahaan) secara simultan dan sisanya sebesar 57,6% ditentukan oleh variabel lain di luar kontribusi penelitian ini.

4.2.7. Moderated Regression Analysis

MRA digunakan untuk mengetahui apakah variabel pemoderasi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut disajikan hasil MRA, yaitu :

Uji Hipotesis

Dalam *coeficients* ini dapat dilihat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing yang dimoderasi kualitas produk.

Tabel IV.18.
Hasil Uji Parsial Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan bersaing yang Dimoderasi Kualitas produk

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6,814 | 2,106 | | 3,235 | ,002 |
| Inovasi | ,631 | ,146 | ,585 | 4,318 | ,000 |
| Inovasi*Kualitas Produk | ,002 | ,003 | ,079 | ,586 | ,559 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
Sumber : Data diolah, 2022.

Dari Tabel IV.18 dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak dapat memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung < t-tabel ($0,586 < 1,984$) atau ($0,559 > 0,05$).

Dalam *coeficients* ini dapat dilihat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing yang dimoderasi kualitas produk.

Tabel IV.19.
Hasil Uji Parsial Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan
bersaing yang Dimoderasi Kualitas produk

| Coefficients ^a | | | | | |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 20,875 | 1,993 | | 10,476 | ,000 |
| Orientasi Kewirausahaan | -,534 | ,238 | -,329 | -2,247 | ,027 |
| Orientasi Kewirausahaan*Kualitas Produk | ,024 | ,006 | ,642 | 4,377 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
 Sumber : Data diolah, 2022.

Dari Tabel IV.19 dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai t-hitung > t-tabel ($4,377 > 1,984$) atau ($0,000 < 0,05$).

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ($8,156 > 1,984$) dan Sig. ($0,000 < 0,05$). Inovasi produk bisa mempengaruhi keunggulan bersaing karena dilihat dari tingkat keinovasian produk itu misalnya dari tingkat keaneka ragaman serta keunikan dari desain, jenis atau bentuk yang dihasilkan maka tumbuhnya keinginan pembeli untuk membeli agar terpenuhinya keinginan maka persaingan dapat unggul. Putu *et al*, (2013) perusahaan memiliki tujuan utama menciptakan inovasi produk adalah salah satunya bisa berguna untuk keunggulan bersaing bagi perusahaan.

4.3.2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ($0,577 < 1,984$) dan Sig. ($0,565 > 0,05$). Faktor yang dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yaitu salah satunya orientasi kewirausahaan, menurut Lestari *et al*, (2019) menyatakan jika bisnis yang orientasinya kewirausahaan akan bisa selalu memunculkan inovasinya untuk bisa menghasilkan produk yang lebih menarik dari kompetitor lainnya, usaha disertai pula dengan adanya keberanian mengambil risiko saat pengambilan putusan yang belum pasti akan tetapi berpeluang untuk hasil yang lebih baik ditengah kompetisi. Maka orientasi kewirausahaan akan mempengaruhi secara signifikan keunggulan bersaing. Sesuai hasil riset dari Chih-Hsing (2016) juga mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berupa *risk-taking*, *aggressiveness*, serta *proactiveness* memberi pengaruh secara positif pada keunggulan bersaing.

4.3.3. Kualitas Produk Memoderasi Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa kualitas produk tidak dapat memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dengan nilai ($0,586 < 1,984$) dan Sig. ($0,559 > 0,05$). Inovasi produk bisa mempengaruhi keunggulan bersaing karena dilihat dari tingkat keinovasian produk itu misalnya dari tingkat keaneka ragaman serta keunikan dari desain, jenis atau bentuk yang dihasilkan maka tumbuhnya keinginan pembeli untuk membeli agar terpenuhinya keinginan maka persaingan dapat unggul. Putu *et al*, (2013) perusahaan memiliki tujuan utama menciptakan inovasi produk adalah salah satunya bisa berguna untuk

keunggulan bersaing bagi perusahaan. Kesimpulannya adalah inovasi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing, namun dengan adanya kualitas produk sebagai variabel moderasi tidak memberikan pengaruh.

4.3.4. Kualitas Produk Memoderasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

Dari hasil uji regresi diperoleh hasil bahwa kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai $(4,377 > 1,984)$ dan Sig. $(0,000 < 0,05)$. Faktor yang dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yaitu salah satunya orientasi kewirausahaan, menurut Lestari *et al*, (2019) menyatakan jika bisnis yang orientasinya kewirausahaan akan bisa selalu memunculkan inovasinya untuk bisa menghasilkan produk yang lebih menarik dari kompetitor lainnya, usaha disertai pula dengan adanya keberanian mengambil risiko saat pengambilan putusan yang belum pasti akan tetapi berpeluang untuk hasil yang lebih baik ditengah kompetisi. Maka orientasi kewirausahaan akan mempengaruhi secara signifikan keunggulan bersaing. Sesuai hasil riset dari Chih-Hsing (2016) juga mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berupa *risk-talking*, *aggressiveness*, serta *proactiveness* memberi pengaruh secara positif pada keunggulan bersaing. Kesimpulannya adalah orientasi kewirausahaan tidak memberikan pengaruh terhadap keunggulan bersaing, namun dengan adanya kualitas produk sebagai variabel moderasi dapat memberikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ($0,000 < 0,05$).
2. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ($0,565 > 0,05$).
3. Kualitas produk tidak memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ($0,586 > 0,05$).
4. Kualitas produk memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing yang ditunjukkan dengan hasil Sig. ($0,000 < 0,05$).

5.2. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi pelaku UKM, diharapkan lebih memperhatikan orientasi kewirausahaan. Dimensi-Dimensi dalam orientasi kewirausahaan harus ditingkatkan. Proaktif, inovasi, dan keberanian mengambil risiko penting untuk senantiasa dilaksanakan sehingga memiliki keunggulan bersaing yang tinggi. Dengan mengedepankan sikap proaktif dan inovasi maka UKM akan mampu adaptasi dan bertahan di tengah persaingan bisnis pada era revolusi industri 4.0
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel lain selain variabel inovasi dan orientasi kewirausahaan guna menyempurnakan penelitian dan memperkaya khasanah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah*. Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen, 1(1).
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenik Kelamin (Jiwa), 2017-2019*. Medan: BPS
- Bagaskara, T.Y. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk WOODENWAY*. Jurnal Management. Universitas Islam Indonesia.
- Barney, J.B. (2010). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Fourth Edition*. Addison-Wesley, Massachusetts.
- Becherer, R.C. & Maurer, J.G. (1997). "The Moderating Effect of Environmental Variables on the Entrepreneurial and Marketing Orientation of Entrepreneur-led Firms," *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 22(1), pages 47-58, October.
- Chih-Hsing Sam Liu Yen-Po Fang., (2016). *Night markets: entrepreneurship and achieving, competitive advantage*. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol. 28 Iss 11 pp, ISSN: 0959-6119.
- Cristian, Jhon. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Clothing Our Bandung Style*. Diploma thesis. Universitas Komputer Indonesia
- Cynthia V, dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Jurnal EMBA. 2 (3). Hal. 1214-1224, ISSN 2303-1174.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. (2017). *Keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk*. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No.1 2017. ISSN. 2407-2648 (print), ISSN : 2407-263X (online)
- Deddy, H. (2018). *Menumbuhkan Jiwa, Perilaku dan Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis*. MBIA. 17(2), p-ISSN 2086-5090, e-ISSN: 2655-8262.
- Dewanto, W. (2014) *Manajemen Inovasi*, Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Dismawan, R. (2013). *Pengaruh Kreativitas dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk kue sus*. Jurusan Manajemen Ekonomi. Universitas Komputer Indonesia.

- Elfahmi Hadi, Dodik Jatmika. (2017). *Pengaruh Inovasi Terhadap UMKM Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi Indo Burger)*. Seminar Nasional Sistem Informasi 2017, 14-September-2017. ISSN : 2597-4696
- Elvina. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM*. JSHP. 4 (1), hal 46-55, ISSN: 2580-5398.
- Erna Dewi, Ni Putu Diah; Seminari, Ni Ketut. (2017). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Pada Hotel Alila Ubud*. E-Jurnal Manajemen, (S.1.). ISSN 2302-8912.
- Fadhilah, L. S. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Hajar, Siti dan Sukaatmadja I Putu Gede. (2016). *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran*. E-Jurnal Manajemen Unud. 5 (10), ISSN: 2302-8912
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). *Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management), 17(2), 51-68.
- Hubeis,dkk. (2012). *Komunikasi profesional perangkat pengembangan diri*. Bogor: IPB Press
- Hutagalung, R.A. (2018). *Ekologi Dasar*, Penerbit Gramedia Pustaka, hal 13-15, Jakarta.
- Kementrian Koperasi dan UKM, 2017. *KUKM Tanpa Digitalisasi Ekonomi Akan Ketinggalan*. Cooperative No.8.
- Kompas, 2017. *Kontribusi UMKM Naik di*
www.kemenperin.go.id/artikel/14200/kontribusi-UMKM-Naik
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2015. *Principle of Marketing*. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published

- Kotler, Philips dan Keller, Kevin. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Alih bahasa Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Lestari, I.Astuti, M. Dan Ridwan. (2019). *Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>
- Lumpkin G.T and Dess G.G. (2016). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*. Vol 21, No.01. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3.Salemba Empat. Jakarta
- Mansur,Muhammad. (2013). *Pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing (studi kasus pada UMKM Kerajinan Keramik Dinoyo Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Masda. P. G. (2013) *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh*. ejournal.unp.ac.id
- Moorman, C. and Anne, S.M. (1998). "Organizational improvisation and organizational memory", *Academy of Management Review*, Vol.23. No 4. Pp 698-723.
- Mulyadi,Welly,dkk. (2016). *Pengaruh inovasi, kreativitas, dan kepuasan konsumen terhadap keunggulan kompetitif*. Prosiding Seminar Nasional dan Teknologi Informasi. ISSN: 2548-4540. Samosir, 11-12 November 2016.
- Nasir. A. (2017). *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi. Vol. 5. No. 1
- Nurachman, M. H. (2021). *Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 165-177.
- Paramita,C,CP. (2015). *Pengaruh Kompetensi Individu, Orientasi Kewirausahaan Dan Pesaing dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk Studi pada UKM Furniture di Kota Semarang*. *DeReMa Jurnal Manajemen*.<http://dx.doi.org/10.19166/derema.v10i1.160>
- Paryanti, Ratna. (2015). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Rasty Menara Pekanbaru)*. *JOM FISIP*. Universitas Riau. Vol. 2, no.2, Oktober 2015.
- Prajogo, D dan Sohal, A. (2003). *The Relationship be-tween TQM Practices, Quality Performance, and Innovation Performance*. *International Journal of Quality and Reliability Management*.

- Prakosa,B. (2015). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur di Semarang)*, Jurnal Studi Manajemen.
- Prasidyajati, Gilang. (2014). *Pengaruh Keunggulan Bersaing melalui Kinerja Bisnis*. SKRIPSI Universitas Diponegoro Semarang.
- Putu, Sukarmen; Sularso, R.A; Wulandari, D. (2013). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO)*. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, [S.1], Vol.12,No.2,2013. ISSN
- Reswanda. (2011). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo*. Jurnal Disertasi. Hal 1-25.
- Rifa'i, M., Sasongko, T., & Indrihastuti, P. (2019). *Meningkatkan keunggulan bersaing produk melalui inovasi dan orientasi pasar pada usaha sektor industri kreatif di kota malang*. Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi dan Informasi, 20(1), 1194-1205.
- Rusdiana,Dr.,H.,A.,M.M. (2018). *KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktik – Cet. Ke-1*. Bandung : Pustaka Setia.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan (Teori praktek, dan kasus-kasus), edisi kedua*. Salemba Empat, Jakarta.
- Satyagraha, Hadi. (1994). *Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis : Resefinisi SWOT Usahawan*, No. 4. Th. XXIII.
- Setiadi,N,J. (2014). *Prilaku Konsumen Cetakan 4*. Edisi Revisi Jakarta: Kencana
- Shintia,Derra. (2012). *Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pengusaha Batik Trusmi di Kabupaten Cirebon*. S1-Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarmen, P., Sularso, R. A., & Wulandri, D. (2013). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara Xi (Persero)*. Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen, 12(2).
- Suryadi, P. (2017). *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu*. Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara.

- Syukron. M.Z dan Ngatno. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kota Kudus*. Jurnal Administrasi Bisnis. 5(1),24-34. <https://doi.org/10.14710/jab.v5i1.12720>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality and Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Trustorini Handayani, Yusuf Tanjung. (2017). *Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Proses Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar di Kota Bandung*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol VII(1),E-ISSN: 2338-292x.

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nurul Fitria
Tempat, Tgl Lahir : Medan, 19 Januari 2001
Alamat : Jl. Karya Wisata I No. 12 E LK XIV Medan
Email : nurulfitriaa01@gmail.com
Telepon/HP : 0895618690149 / 081377245797
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan : 1. Tahun 2012 Lulus SD Negeri 067259
2. Tahun 2015 Lulus SMP Al-Washliyah 8 Medan
3. Tahun 2018 Lulus SMA Negeri 13 Medan
Pekerjaan : Mahasiswa
Riwayat Organisasi : -
Prestasi : -

Medan, 2022

Penulis

Nurul Fitria

Lampiran I. Kuisioner

PENGARUH INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI MODERASI

Dengan segala kerendahan hati, saya mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini yang akan saya gunakan untuk penelitian. Semoga dengan bantuan Bapak/Ibu memberikan manfaat bagi kita semua. Atas kerjasama yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan :

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pertanyaan ini dengan baik dan benar.
2. Angket ini hanya bertujuan untuk mendapatkan/mengumpulkan data sebagai bukti untuk membuat karya ilmiah.
3. Beri tanda (x) bagi pernyataan sesuai dengan yang anda rasakan.

Keterangan ;

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Angket Inovasi Produk (X₁)

| No | Pertanyaan | 1 STS | 2 TS | 3 R | 4 S | 5 SS |
|----|--|----------|---------|--------|--------|---------|
| 1. | Saya selalu berusaha menjadi lebih baik di dalam keterbatasan saya | | | | | |
| 2. | Saya menciptakan rasa suka dari konsumen terhadap produk melalui promo yang saya berikan | | | | | |
| 3. | Saya juga menggunakan jenis bahan baku yang lain selain bahan baku yang utama agar tercipta produk yang lebih inovatif | | | | | |
| 4. | Saya membuat pendistribusian yang lebih luas dan pendistribusian yang sudah ada sebelumnya | | | | | |
| 5. | Saya terbantu menggunakan teknologi perbankan dalam transaksi pembayaran | | | | | |

Angket Orientasi Kewirausahaan (X₂)

| No | Pertanyaan | 5 SS | 4 S | 3 R | 2 TS | 1 STS |
|----|---|---------|--------|--------|---------|----------|
| 1. | Saya selalu berusaha untuk mencari pasar baru yang potensial | | | | | |
| 2. | Saya berani menghadapi berbagai resiko dan tantangan dengan penuh perhitungan | | | | | |
| 3. | Saya memiliki strategi dalam memenangkan persaingan secara sehat seiring dengan munculnya UKM baru yang sejenis | | | | | |

Angket Kualitas Produk (Z)

| No | Pertanyaan | 5 SS | 4 S | 3 R | 2 TS | 1 STS |
|----|---|---------|--------|--------|---------|----------|
| 1. | Produk yang dihasilkan dikemas dengan baik | | | | | |
| 2. | Produk yang dihasilkan memiliki motif yang bagus dan berbeda dengan produk sejenisnya | | | | | |
| 3. | Selalu menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen | | | | | |
| 4. | Senantiasa menghasilkan produk dengan bahan yang nyaman dipakai | | | | | |
| 5. | Kualitas produk yang dihasilkan mampu menyaingi produk lain | | | | | |
| 6. | Senantiasa menciptakan desain produk yang baik agar dapat diterima oleh konsumen | | | | | |

Angket Keunggulan Bersaing (Y)

| No | Pertanyaan | 5 SS | 4 S | 3 R | 2 TS | 1 STS |
|-----------|--|-----------------|----------------|----------------|-----------------|------------------|
| 1. | Pelaku usaha membuat produk yang ditampilkan lebih disukai oleh konsumen karena memiliki desain yang unik dan berbeda dari yang lain | | | | | |
| 2. | Produk saya mempunyai rasa yang enak dan higienis | | | | | |
| 3. | Produk usaha saya tidak mudah ditiru oleh pesaing | | | | | |
| 4. | Produk tidak mudah digantikan oleh produk serupa lainnya | | | | | |
| 5. | Senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing lain | | | | | |

Lampiran 2. Hasil Tabulasi Jawaban Kuisisioner

| No. | Inovasi | | | | | X ₁ | No. | Orientasi Kewirausahaan | | | X ₂ |
|-----|---------|---|---|---|---|----------------|-----|-------------------------|---|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 1 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 2 | 2 | 3 | 2 | 7 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 5 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 | 5 | 3 | 2 | 3 | 8 |
| 6 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 6 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 7 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 13 | 7 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 8 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 21 | 8 | 2 | 3 | 3 | 8 |
| 9 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 18 | 9 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 10 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 21 | 10 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 16 | 11 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 12 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 13 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 13 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 14 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 15 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 | 17 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 18 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 19 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 | 19 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 20 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 22 | 20 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 21 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 12 | 21 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 22 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 23 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 11 | 23 | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 24 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 | 24 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 25 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 13 | 25 | 3 | 2 | 3 | 8 |
| 26 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 26 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 27 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 28 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 28 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 29 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 29 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 30 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 31 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 | 31 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 32 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 32 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 33 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 34 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 34 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 35 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 36 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 37 | 5 | 4 | 4 | 13 |

| No. | Inovasi | | | | | X ₁ |
|-----|---------|---|---|---|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 41 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 44 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 45 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 46 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 21 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 49 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 50 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 20 |
| 53 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 55 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 60 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 20 |
| 61 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 68 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 69 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 71 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 72 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 75 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |

| No. | Orientasi Kewirausahaan | | | X ₂ |
|-----|-------------------------|---|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 39 | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 40 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 41 | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 44 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 45 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 46 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 48 | 3 | 5 | 4 | 12 |
| 49 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 51 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 53 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 55 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 56 | 3 | 5 | 4 | 12 |
| 57 | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 58 | 2 | 3 | 2 | 7 |
| 59 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 60 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 61 | 3 | 5 | 4 | 12 |
| 62 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 64 | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 65 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 68 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 69 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 72 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 73 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 74 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 75 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 76 | 5 | 5 | 4 | 14 |

| No. | Inovasi | | | | | X ₁ |
|-----|---------|---|---|---|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 77 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 79 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 80 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 82 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 84 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 85 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 87 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 88 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 89 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 91 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 92 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 93 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 94 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 96 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 97 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 98 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 100 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |

| No. | Orientasi Kewirausahaan | | | X ₂ |
|-----|-------------------------|---|---|----------------|
| | 1 | 2 | 3 | |
| 77 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 78 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 79 | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 81 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 82 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 83 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 84 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 85 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 87 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 88 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 89 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 90 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 91 | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 92 | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 93 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 94 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 96 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 97 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 98 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 100 | 4 | 3 | 5 | 12 |

| No. | Keunggulan Bersaing | | | | | Y |
|-----|---------------------|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 13 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 12 |
| 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 12 |
| 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 13 |
| 6 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 7 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 8 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 11 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |

| No. | Kualitas Produk | | | | | | Z |
|-----|-----------------|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 6 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 7 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 8 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| 9 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 11 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 15 |

| No. | Keunggulan Bersaing | | | | | Y |
|-----|---------------------|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 17 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 20 |
| 18 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 19 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| 20 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 11 |
| 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 23 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 12 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 25 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 12 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 27 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 28 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 22 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 33 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 35 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 37 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 38 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 39 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 40 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 44 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 46 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 49 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |

| No. | Kualitas Produk | | | | | | Z |
|-----|-----------------|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 14 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 16 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 19 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 15 |
| 20 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 21 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 23 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 25 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 28 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 24 |
| 30 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 14 |
| 31 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 14 |
| 32 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 34 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 35 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 36 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 37 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 38 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 41 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 43 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 44 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 46 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 49 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 50 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |

| No. | Keunggulan Bersaing | | | | | Y |
|-----|---------------------|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 52 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 56 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 21 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 58 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 63 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 64 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 67 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 71 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 73 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 75 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 76 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 79 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 83 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 |
| 84 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 85 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 89 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |

| No. | Kualitas Produk | | | | | | Z |
|-----|-----------------|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 52 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 23 |
| 54 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 55 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 56 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 24 |
| 57 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 58 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 13 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 61 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 62 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 63 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 64 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 65 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 66 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 67 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 69 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 70 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 71 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 72 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 74 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 76 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 77 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 78 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 80 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 82 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 84 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 85 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 86 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 22 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 88 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 89 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |

| No. | Keunggulan Bersaing | | | | | Y |
|-----|---------------------|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 22 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 23 |
| 92 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 23 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 23 |
| 96 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 98 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |

| No. | Kualitas Produk | | | | | | Z |
|-----|-----------------|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 90 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 92 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 93 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 94 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 95 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 96 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 97 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 98 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 99 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 100 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |

Lampiran 3. Hasil Output SPSS

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas Data

Inovasi (X_1)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| VAR00001 | 17,7700 | 6,482 | ,634 | ,792 |
| VAR00002 | 17,7100 | 7,077 | ,604 | ,800 |
| VAR00003 | 17,8100 | 7,590 | ,540 | ,817 |
| VAR00004 | 17,8800 | 6,127 | ,683 | ,777 |
| VAR00005 | 17,7100 | 6,814 | ,679 | ,779 |

Orientasi Kewirausahaan (X_2)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| VAR00001 | 8,4900 | 2,111 | ,488 | ,607 |
| VAR00002 | 8,5100 | 2,313 | ,532 | ,543 |
| VAR00003 | 8,3400 | 2,570 | ,477 | ,615 |

Keunggulan Bersaing (Y)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| VAR00001 | 17,4100 | 7,598 | ,631 | ,752 |
| VAR00002 | 17,4200 | 7,579 | ,707 | ,729 |
| VAR00003 | 17,4200 | 7,822 | ,636 | ,751 |
| VAR00004 | 17,4000 | 7,879 | ,656 | ,746 |
| VAR00005 | 17,6300 | 9,023 | ,343 | ,840 |

Kualitas Produk (Z)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| VAR00001 | 20,6200 | 17,854 | ,587 | ,916 |
| VAR00002 | 20,5300 | 19,080 | ,643 | ,902 |
| VAR00003 | 20,2600 | 17,467 | ,739 | ,888 |
| VAR00004 | 20,4100 | 16,850 | ,895 | ,865 |
| VAR00005 | 20,3700 | 18,276 | ,822 | ,879 |
| VAR00006 | 20,4100 | 17,214 | ,810 | ,878 |

Hasil Uji Reliabilitas

Inovasi (X_1)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,828 | 5 |

Orientasi kewirausahaan (X_2)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,682 | 3 |

Keunggulan bersaing (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,804 | 5 |

Kualitas produk (Z)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,905 | 6 |

Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

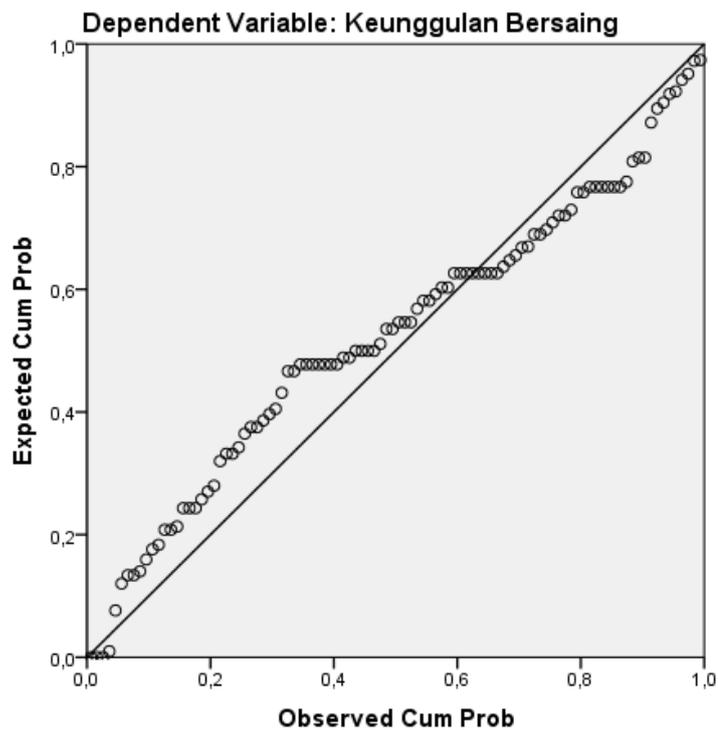
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 5,525 | 2,240 | | 2,466 | ,015 | | |
| Inovasi | ,691 | ,085 | ,641 | 8,156 | ,000 | ,961 | 1,041 |
| Orientasi Kewirausahaan | ,073 | ,127 | ,045 | ,577 | ,565 | ,961 | 1,041 |

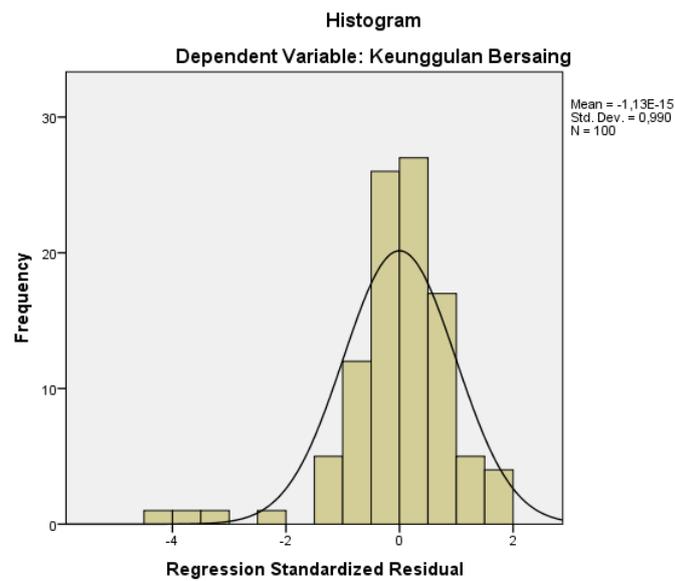
a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 5,525 | 2,240 | | 2,466 | ,015 | | |
| Inovasi | ,691 | ,085 | ,641 | 8,156 | ,000 | ,961 | 1,041 |
| Orientasi Kewirausahaan | ,073 | ,127 | ,045 | ,577 | ,565 | ,961 | 1,041 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6,109 | 1,597 | | 3,825 | ,000 |
| Inovasi | -,119 | ,060 | -,197 | -1,970 | ,052 |
| Orientasi Kewirausahaan | -,135 | ,091 | -,149 | -1,490 | ,140 |

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hasil Uji Hipotesis

Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 5,525 | 2,240 | | 2,466 | ,015 | | |
| Inovasi | ,691 | ,085 | ,641 | 8,156 | ,000 | ,961 | 1,041 |
| Orientasi Kewirausahaan | ,073 | ,127 | ,045 | ,577 | ,565 | ,961 | 1,041 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Uji F

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 499,478 | 2 | 249,739 | 35,768 | ,000 ^b |
| | Residual | 677,282 | 97 | 6,982 | | |
| | Total | 1176,760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi*Kualitas Produk, Inovasi

Uji Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,651 ^a | ,424 | ,413 | 2,64255 |

a. Predictors: (Constant), Orientasi kewirausahaan, Inovasi

b. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

*Moderated Regression Analysis***Hasil Uji Parsial Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan bersaing yang Dimoderasi Kualitas produk**

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 6,814 | 2,106 | | 3,235 | ,002 |
| Inovasi | ,631 | ,146 | ,585 | 4,318 | ,000 |
| Inovasi*Kualitas Produk | ,002 | ,003 | ,079 | ,586 | ,559 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Hasil Uji Parsial Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan bersaing yang Dimoderasi Kualitas produk

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 20,875 | 1,993 | | 10,476 | ,000 |
| Orientasi Kewirausahaan | -,534 | ,238 | -,329 | -2,247 | ,027 |
| Orientasi Kewirausahaan*Kualitas Produk | ,024 | ,006 | ,642 | 4,377 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing