



# Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan)

Elisabeth Nainggolan<sup>1\*</sup>, Novita<sup>2</sup>, Widalicin January<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

<sup>1\*</sup>[elisabeth.golan@gmail.com](mailto:elisabeth.golan@gmail.com), <sup>2</sup>[novitaliangg@gmail.com](mailto:novitaliangg@gmail.com), <sup>3</sup>[widalicin14@gmail.com](mailto:widalicin14@gmail.com)

Info Artikel	Abstrak
<p><b>Masuk:</b> 19 Juli 2023</p> <p><b>Diterima:</b> 26 Juli 2023</p> <p><b>Diterbitkan:</b> 03 Agustus 2023</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Kreativitas, Inovasi Produk, Keberhasilan, Usaha</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Ruang Kopi Koju serta unit observasinya adalah Konsumen Ruang Kopi Koju. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Ruang Kopi Koju selama tahun 2022 yaitu sebanyak 8.640 konsumen dan jumlah sampel sebanyak 99 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha dan variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ruang Kopi Koju. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa Kreativitas dan Inovasi Produk secara serempak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha.</p>

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini industri bisnis dalam bidang kuliner mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Industri kuliner merupakan salah satu industri yang telah menjadi kontributor utama bagi perekonomian negara saat ini. Hal ini mendorong para pengusaha kuliner harus pandai melihat peluang dan berusaha semakin kreatif dalam menawarkan produk andalannya untuk kemajuan dan keberlangsungan bisnis yang dijalankan. Coffee shop atau gerai kopi merupakan salah satu dari usaha kuliner yang kian menarik dibicarakan dalam beberapa tahun belakangan ini, khususnya dalam cakupan kota Medan. Penikmat kopi terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan usaha warung kopi dan perubahan gaya hidup menyebabkan masyarakat membutuhkan sebuah ruang dengan nuansa baru. Ruang di mana semua kalangan dapat tergabung di dalamnya namun tetap ada kopi yang menjadi pemersatunya. Penikmat kopi dari zaman ke zaman pun mulai mengalami perubahan. Sebelumnya, penikmat kopi di warung-warung kopi tradisional terbatas hanya kaum bapak-bapak dan kakek-kakek, yang lebih identik dengan kaum lelaki saja. Namun berbeda jauh dengan yang terjadi pada masa kini. Penikmat kopi tidak hanya dari kalangan lelaki, tetapi juga sudah merambah kepada kalangan wanita baik remaja, orang dewasa maupun orang tua. (Lukitaningsih & Juliani, 2021).

Keberhasilan Usaha merupakan tujuan dari setiap wirausaha membuka sebuah bisnis termasuk bagi usaha Coffee shop. Suatu usaha dikatakan berhasil apabila mengalami kemajuan atau perkembangan dari segi modal/asset serta peningkatan volume penjualan hingga pertumbuhan laba perusahaan selama beberapa tahun terakhir. Andriana (2021) Keberhasilan Usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan identik dengan pendapatan. Oleh sebab itu, pendapatan merupakan salah satu kriteria bagi kegiatan usaha, yakni dapat dipergunakan untuk menilai keberhasilan usaha atau dapat dikatakan keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan persesuaian antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai (Santoso, 2021). Ada 4 kriteria penting sebagai indikator keberhasilan usaha (Santoso, 2021) yaitu kemampuan menyesuaikan diri, produktivitas, kepuasan kerja, dan kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya.

Ruang Kopi Koju adalah salah satu UMKM yang menyediakan tempat tongkrongan khususnya bagi kaum muda. Ruang Kopi Koju beralamatkan di Jl. Cemara Asri Boulevard Raya, Ruko Golden Gate No.18 G-H, Medan Estate. Dalam mempertahankan penjualannya yang dihubungkan dengan Keberhasilan Usaha, pihak Ruang Kopi Koju melakukan berbagai macam strategi diantaranya Kreativitas dan Inovasi Produk. Faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha diduga adalah Kreativitas.



Kreativitas merupakan keahlian seseorang dalam mengemukakan ide-ide kreatif yang berbeda dari orang lain. Menurut Nofriser, dkk (2022) kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif. Hal ini dapat dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh (Ekasari and Nurhasanah, 2018) yang meneliti tentang Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi yang menunjukkan bahwa kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Menurut Hendayana (2019) Kreativitas merupakan usaha melibatkan diri pada proses kreatif yang didasari oleh intelegensi, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi, juga merupakan kemampuan untuk menghasilkan atau mencipta sesuatu yang baru. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif (Nofriser, 2022). Indikator dan tahapan terbentuknya kreativitas (Sudirman, 2022) adalah ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dari masalah, orisinal dan suka berimajinasi.

Inovasi juga memiliki peran dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha. Inovasi adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada ataupun kemampuan seseorang dalam mengembangkan atau menyempurnakan produk yang sudah ada. Menurut Hajar (2019) Inovasi Produk adalah pengembangan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya atau memiliki atribut yang tinggi terhadap produk yang sudah ada. Inovasi Produk adalah bentuk inovasi yang paling mungkin karena visibilitas yang jelas dari perubahan yang diterapkan (Machmud dan Sidharta, 2022). Inovasi Produk merupakan upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk memperbaiki, meningkatkan, mengembangkan dan menyempurnakan produk yang selama ini di produksi (Sudarmanto, 2022). Indikator inovasi produk (Putra dan Setiawan, 2019) adalah penambahan varian, penambahan fitur varian, kontrol kualitas dan standar kualitas.

Dalam menjalankan usaha, Ruang Kopi Koju terus berupaya melakukan inovasi produk agar pelanggan tidak merasa bosan dengan menu kopi yang disajikan. Pada awal mula Ruang Kopi Koju didirikan yakni pada tahun 2016, hanya terdapat beberapa menu kopi saja seperti Kopi Sang Juara, Sanger Espresso Regal Milk. Pada tahun 2017, Ruang Kopi Koju melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan Regal Juara, Koju Dolce Latte, Mochacino. Kemudian pada tahun 2018, Ruang Kopi Koju kembali melakukan inovasi pada varian menu dengan menghadirkan Matcha Milk, Charcoal Milk, Taro Milk, Caramel Coffee Frappe dan Red Velvet Frappe. Pada tahun 2019, Ruang Kopi Koju juga melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan Honey Coffee Jelly, Coffee Hazelnut, dan Matcha Coffee. Pada tahun 2020, Ruang Koju juga melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan Pandan Latte, Pink Mockberry dan Lychia Mock. Pada tahun 2021, Ruang Kopi Koju juga melakukan inovasi varian menu dengan menghadirkan Honey Flourite Mock dan Rainbow Mocktail. Permasalahan pada Ruang Kopi Koju yang berkaitan dengan Kreativitas dari pemilik usaha masih kurang sehingga belum dapat memperoleh sebuah ide brilian yang dapat berkontribusi pada keberhasilan usahanya. Demikian juga dengan Inovasi Produk yang sekalipun sudah dilakukan namun dinilai belum mampu menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan fenomena permasalahan yang ada, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Ruang Kopi Koju terkait keberhasilan usahanya.

## METODE

Penelitian adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang dilakukan di Ruang Kopi Koju Jl. Cemara Asri Boulevard Raya, Ruko Golden Gate No.18 G-H. Waktu penelitian yang dimulai dari bulan Maret 2023 hingga April 2023. Sumber data dalam penelitian ini berupa sumber data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan ke konsumen dan wawancara kepada pemilik usaha serta sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku pencatatan hasil penjualan serta observasi lapangan.

Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Ruang Kopi Koju selama periode 2022 adalah sebanyak 8.640 konsumen dan diperkecil dengan Teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10%. Sampel pada penelitian ini adalah 99 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung minimal dua kali karena dengan frekuensi tersebut seharusnya konsumen telah merasakan pelayanan, rasa minuman dan fasilitas yang diberikan oleh Ruang Kopi Koju.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner, dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya, kuesioner tersebut diisi oleh para responden sesuai dengan yang dikehendaki secara independen dengan tanpa adanya paksaan. Untuk menilai tanggapan responden menggunakan skala likert. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pernyataan.

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variable terikat yang ada. Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y	=	Keberhasilan Usaha (dependent variabel)
X1	=	Kreativitas (independent variabel)
X2	=	Inovasi Produk (independent variabel)
a	=	Konstanta
b	=	Koefisien regresi variabel independen
e	=	Kesalahan penduga (5%)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dan pembahasan yang didapatkan dari hasil penelitian “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Ruang Kopi Kaju Cabang Cemara Asri Medan)”. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 99 konsumen yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan frekuensi berkunjung. Berikut ini karakteristik responden yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	57	57,58%
Perempuan	42	42,42%
Total	100	100%
Usia		
<20 thn	10	10,10%
20-30 Tahun	46	46,46%
31-40 Tahun	31	31,31%
>40 Tahun	13	13,14%
Total	100	100%
Frekuensi		
2-5 kali	37	37,38%
>5 kali	62	62,62%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian (Data, 2023)

Berdasarkan uji validitas, untuk menghitung r tabel dapat menggunakan rumus  $n - 2$ . Jumlah kuesioner yang diolah dalam penelitian ini berjumlah 30 (n). Maka dapat dihitung  $30 - 2 = 28$ , nilai r tabel dengan derajat 28 adalah 0,361. Semua pernyataan yang ada dalam penelitian ini dinyatakan valid, karena memiliki nilai r hitung  $> 0,361$ . Reliabilitas diukur dengan uji statistik Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha  $> 0,8$

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Kreativitas	,967	12	Reliabilitas Baik
Inovasi Produk	,938	6	Reliabilitas Baik
Keberhasilan Usaha	,942	8	Reliabilitas Baik

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui semua variabel dalam penelitian ini Kreativitas, Inovasi Produk dan Keberhasilan Usaha dinyatakan reliabilitas baik karena memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,8$ . Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.97953482
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.083
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 <sup>c</sup>

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Diketahui nilai signifikansi sebesar 0,64 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada penyajian tabel berikut ini :

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Status	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kreativitas	.243	4.107
Inovasi Produk	.243	4.107

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu Kreativitas dan Inovasi Produk memiliki VIF kurang dari 10 yaitu 4,107 sedangkan nilai Tolerance di atas 0,1 yaitu 0,243. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas. Berikut hasil dari pengujian heteroskedastisitas dengan uji glejser dalam tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Model	Sig.
1 (Constant)	.000
Kreativitas	.118
Inovasi Produk	.806

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dapat Diketahui bahwa nilai probabilitas (sig.) untuk variabel Kreativitas sebesar 0,118 dan variabel Inovasi Produk sebesar 0,806. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas karena nilai signifikansinya di atas 5% (0,05). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	7.070	1.448
Kreativitas	.220	.072
Inovasi Produk	.590	.136

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari Tabel di atas diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah :

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 7,070 + 0,220 \text{ Kreativitas} + 0,590 \text{ Inovasi Produk} + e$$

Nilai konstanta sebesar 7,070, artinya bahwa apabila variabel Kreativitas dan Inovasi Produk bernilai 0 maka Keberhasilan Usaha adalah tetap sebesar 7,070. Koefisien regresi variabel Kreativitas (b1) bernilai positif sebesar 0,220, menunjukkan bahwa jika Kreativitas meningkat satu persen maka akan terjadi peningkatan Keberhasilan Usaha sebesar

0,220. Koefisien regresi variabel Inovasi Produk ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar 0,590, menunjukkan bahwa jika variabel Inovasi Produk meningkat satu persen maka akan terjadi peningkatan Keberhasilan Usaha sebesar 0,590.

Uji  $t$  dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak dalam hubungan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$  (parsial). Dalam menentukan nilai  $t_{tabel}$ , harus mencari dahulu derajat kebebasan (degree of freedom) dengan perhitungan yaitu  $df = n - k = 99 - 3 = 96$ . Diperoleh besarnya  $df$  adalah 96, maka nilai  $t_{tabel}$  adalah sebesar 1,984. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji  $t$ 

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	4.883	.000
	Kreativitas	3.056	.003
	Inovasi Produk	4.334	.000

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Besarnya  $t_{hitung}$  pada Kreativitas adalah 3.056 dengan tingkat signifikan 0,003. Ini artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3.056 > 1,984$  dan dengan tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ . Maka dalam hal ini  $H_0$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Ekasari dan Nurhasanah, 2018) yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi yang menyatakan bahwa Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha.

Besarnya  $t_{hitung}$  pada Inovasi Produk adalah 4.334 dengan tingkat signifikan 0,000. Ini artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , yaitu  $4.334 > 1,984$  dan dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka dalam hal ini  $H_0$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Antari et al. 2022) yang berjudul Dominasi Keterampilan Wirausaha dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Perak Celik yang membuktikan bahwa Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

Uji  $F$  dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan. Untuk mencari nilai  $F_{tabel}$  diperlukan tabel distribusi  $F$  dan menentukan degree of freedom ( $df$ ) nya, yaitu :  $df$  numerator =  $k - 1 = 3 - 1 = 2$ ,  $df$  denominator =  $n - k = 99 - 3 = 96$  sehingga diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Hasil perhitungan uji  $F$  dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Hasil Uji  $F$ 

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3396.994	2	1698.497	105.062	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1551.996	96	16.167		
	Total	4948.990	98			

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Dari hasil pengolahan data di atas terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $105,062 > 3,09$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Dengan demikian, Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Dari hasil penelitian ini peneliti memperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,680. Hal ini menunjukkan bahwa 68% variabel Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Inovasi Produk sedangkan sisanya yaitu 31,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 <sup>a</sup>	.686	.680	4.02077

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Diketahui nilai hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi R Square yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa 68,6% Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju dipengaruhi oleh variabel Kreativitas dan Inovasi

Produk sedangkan sisanya yaitu 31,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh variabel Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada Kreativitas dan Inovasi Produk sebesar satu-satuan, maka Keberhasilan Usaha akan meningkat. Secara Parsial, Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Secara parsial Inovasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Kreativitas dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kreativitas dan Inovasi Produk memiliki keterkaitan terhadap Keberhasilan Usaha pada Ruang Kopi Koju. Saran terhadap peneliti selanjutnya yaitu agar penelitiberikutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mencari variabel lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha dan memperluas cakupan wilayah dalam pengambilan sample serta menambahkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar. (2017). *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. PT. Elex Media Komputindo
- Antari, Ni Putu Devi, Ida Nyoman Basmantra, Upayana Wiguna Eka Saputra, and I Gede Adhi Prasetya Bandem. (2022). Dominasi Keterampilan Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Pada UMKM Perak Celuk. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan* 6 (1): 10–18. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i1.270>.
- Andriana, Ana Noor. (2021). *Peran Wirausaha Dalam Pengembangan UMKM Dan Desa Wisata*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Ekasari, Novita, and Nurhasanah. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kawasan Wisata Genta Arasy Kota Jambi.” *Photosynthetica* 2 (1): 1–13. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5248>
- Hajar. (2019). *Manajemen Strategik Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Hasibuan, Abdurrozzaq, Dini Mustika Buana Putri, Unang Handiman Toto, and Suhela Putri Nasution (2022). *Bisnis Kreativitas Dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Hendayana, Rachmat. (2019). *Mendobrak Keraguan Menulis*. Global Media Publikasi
- Jaya , I Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia
- Juliani, Lukitaningsih. (2021). Warung Kopi sebagai Ruang Publik dari Masa Ke Masa Di Kota Medan. *JUPIIS : Jurnal Pendidikan Ilmu Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v13i1.18639>
- Machmud, Sidharta. (2022). *Kewirausahaan dan Kemampuan Berinovasi*. Percetakan Diandra.
- Nofriser,dkk. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. CV. Adanu Abimata
- Putra, Setiawan. (2019). Peran Inovasi Memediasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Barbershop di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p21>
- Santoso, Hieronymus Budi. (2021). *Industri Peternakan*. Yogyakarta: CV. ANDI Offset.
- Sudirman,dkk. (2022). *Kewirausahaan*. CV. Media Sains Indonesia
- Sudarmanto, Eko, Sukarman Purba, Sunday Ade Sitorus, and Anggri Puspita Sari. (2022). *Manajemen Kreativitas Dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis