

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Desa Besole merupakan suatu Desa di Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. Desa Besole merupakan salah satu desa di ujung selatan kecamatan Besuki. Wilayah desa Besole didominasi dengan persawahan dan pegunungan. Kondisi tanahnya sangat cocok digunakan untuk bercocok tanam. Desa besole dikenal sebagai kerajinan marmer dan wisata alam seperti pantai popoh dan patai sidem. Luas keseluruhan desa Besole adalah 577,097 Ha, mempunyai 8 RW dan 44 RT. Wilayah ini berbatasan dengan daerah sebagai berikut: ¹

1. Sebelah utara adalah Desa Ngentrong
2. Sebelah selatan adalah Samudra Hindia
3. Sebelah Barat adalah Desa Besuki
4. Sebelah timur adalahj Desa Ngrejo

Desa besole terbagi menjadi beberapa wilayah dusun, antara lain:

1. Dusun Besole
2. Dusun Gambiran
3. Dusun Popoh

Jarak dari Desa Besole ke pusat Pemerintahan Kecamatan Besuki 4 km dengan lama jarak tempuh bila menggunakan kendaraan bermotor sekitar 5-10 menit. Sedangkan jarak ke ibukota Kabupaten sekitar 25 km sebelah selatan ibu

¹*Profil Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.* <http://tulungagung.id/desa/besole/> diakses tanggal 04 November 2019 jam 18.46 WIB.

kota Kabupaten Tulungagung dengan jarak tempuh sekitar 45menit-1 jam dengan menggunakan kendaraan bermotor. Secara letak wilayahnya, Desa Besole masuk kedalam Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung Provinsi Jawa Timur. Desa Besole terdiri dari daerah pemukiman penduduk, dikelilingi kawasan industri dan perdagangan dan wilayah pertanian. Untuk menjangkau Desa Besole Kecamatan Besuki ini sangat mudah dengan menggunakan transportasi pribadi maupun umum. Kondisi jalan yang menghubungkan Desa Besole Kecamatan Besuki dengan daerah sekitarnya sangat baik. Adapun pergerakan manusia dan arus barang baik dari luar atau sebaliknya sangat lancar.

Selain itu, desa Besole banyak terdapat perbukitan yang mengandung berbagai macam mineral antara lain batu marmer. Dari sinilah sumber batu marmer didapat, dan inilah yang dapat dimanfaatkan warga sekitar. Dari sinilah masyarakat desa Besole mencoba memulai peruntungan lain selain bergantung pada pertanian yang tidak bisa diandalkan. Desa Besole yang merupakan penghasil marmer yang menarik masyarakatnya untuk melakukan bisnis lain selain pertanian. Yaitu mengolah batu marmer menjadi berbagai olahan produk.

Keberadaan industri marmer didesa Besole sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat sekitar. Hal ini dapat dilihat bahawa sebagian besan masyarakat Besole bermata pencarian sebagai pengrajin batu marmer, baik itu *home industry* maupun menjadi pekerja.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengrajin marmer yang ada di Desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung dengan jumlah responden yang digunakan sebanyak 50 responden.

1. Deskripsi Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 50 responden yang digunakan sebagai sampel, terdiri dari laki – laki dan perempuan dengan proporsi seperti yang tampak pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Prosnetase (%)
1	Laki-laki	40	80%
2	Perempuan	10	20%
Jumlah		50	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa jenis kelamin pengrajin responden didominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 40 orang atau 80%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 10 orang atau 20%.

2. Deskripsi Resonden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia dibagi menjadi empat katagori, yaitu dari umur 21 s/d 30 tahun, 31 s/d 40 tahun, 41 s/d 50 tahun, dan diatas 50 tahun. Pengelompokan responden pengrajin genteng di Desa Besole berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Prosentase (%)
1	21-30	0	0
2	31-40	5	10%
3	41-50	31	62%
4	Diatas 50	14	28%
Jumlah		50	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa usia pengrajin responden didominasi pada usia 41-50 sebanyak 31 atau 62 %, 14 orang atau 28% berusia diatas 50 dan 5 orang atau 10% berusia 31-40.

3. Deskripsi Resonden Berdasarkan Pendidikan

Pengelompokan responden berdasarkan pendidikan dibagi menjadi lima katagori, yaitu dari SD,SMP,SMA,Perguran Tinggi dan yang lainnya. Pengelompokan responden pengrajin marmer di desa Besole berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Tanggapan Responden	
	Orang	%
SD	0	0
SMP	0	0
SMA	30	60%
Perguruan Tinggi	20	40%
Yang lainnya	0	0
Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa jumlah yang paling banyak pendidikan terakhir responden adalah SMA yaitu sebesar 30 orang atau 60%, Perguruan tinggi sebanyak 20 orang atau 40%. Sedangkan SMP dan SD sebanyak 0.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi/Pengetahuan Inovasi dan Kreativitas:

Pengelompokan responden berdasarkan sumber informasi/ pengetahuan inovasi dan kreativitas yang dikeluarkan dibagi menjadi lima kategori, yaitu teman/saudara/keluarga, program TV/ radio, pelatihan/ seminar dan media cetak, dimana dalam pertanyaan ini boleh menjawab lebih dari satu jawaban. Pengelompokan responden pengrajin marmer di Desa Besole berdasarkan sumber informasi/ pengetahuan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi/ Pengetahuan

Sumber	Tanggapan Responden	
	Orang	%
Teman, Saudara atau Keluarga	22	40%
Program TV/Radio	13	23,64%
Pelatihan/ Seminar	2	3,64%
Media Cetak	8	14,54%
Ide Sendiri	10	18,18%
Jumlah	55	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa jumlah yang paling banyak sumber informasi responden adalah teman, saudara atau keluarga sebanyak 22 orang atau 40%, dari program TV/Radio yaitu sebesar 13 orang atau 23,64%, dari ide sendiri sebanyak 10 orang 18,18%, media cetak sebanyak 8 orang atau 14,54%, dan pelatihan/ seminar sebanyak 2 atau 3,64% .

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Cara Menjual Produk:

Pengelompokan responden berdasarkan cara menjual produk yang dikeluarkan dibagi menjadi lima kategori, yaitu online, pelanggan datang sendiri, sale, pameran dan lainnya. Pengelompokan responden pengrajin marmer di Desa Besole berdasarkan cara menjual produk adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Menjual Produk

Cara Menjual	Tanggapan Responden	
	Orang	%
Online	40	63,49%
Pelanggan datang Sendiri	8	12,70%
Sales	2	3,18%
Pameran	13	20,63%
Lainya	0	0
Jumlah	63	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa jumlah yang paling banyak cara menjual produk responden adalah media online yaitu 40 orang atau 63,49%, pameran 13 orang atau 20,63%, pelanggan datang sendiri 8 orang 12,70%, dan melalui sales 2 orang atau 3,18%.

6. Deskripsi Responden Berdasarkan Keuntungan Usaha:

Pengelompokan responden berdasarkan keuntungan usaha yang dikeluarkan dibagi menjadi empat kategori, yaitu < 2.000.000, 2.000.000-5000.0000, 5.0000.000-10.000.000 dan >10.000.000. Pengelompokan responden pengrajin marmer di Desa Besole berdasarkan keuntungan usaha adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Keuntungan Usaha

Keuntungan	Tanggapan Responden	
	Orang	%
< 2.000.000	5	10%
2.000.000- 5000.0000	16	32%
5.0000.000-10.000.000	22	44%
>10.000.000	7	14%
Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa jumlah yang paling banyak keuntungan usaha responden adalah 5.000.000- 10.000.0000 sebanyak 22 orang atau 44%, 2.000.000- 5000.0000 sebanyak 16 orang atau 32%, >10.000.000 sebanyak 7 orang atau 14%, dan < 2.000.000 sebanyak 5 orang atau 10%.

7. Deskripsi Responden Berdasarkan Pinjaman Modal Usaha:

Pengelompokan responden berdasarkan keuntungan usaha yang dikeluarkan dibagi menjadi enam katagori, yaitu bank, asuransi, pegadaian, pihak lain, modal sendiri, lainnya. Pengelompokan responden pengrajin marmer di Desa Besole berdasarkan keuntungan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pinjaman Modal

Perolehan Modal Dari	Tanggapan Responden	
	Orang	%
Bank	26	52%
Asuransi	1	2%
Pegadaian	9	18%
Pihak lain	7	14%
Modal sendiri	7	14%
Lainnya	0	0
Jumlah	50	100%

Sumber: Data Primer, tahun 2019

Dari tabel diatas bahwa jumlah yang paling banyak pinjaman modal responden adalah dari bank yaitu sebanyak 26 orang atau 52%, pegadaian sebanyak 9 orang atau 18%, modal sendiri sebanyak 7 orang atau 14%, pihak lain sebanyak 7 orang atau 14% dan asuransi sebanyak 1 orang atau 3,03%.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah inovasi (X1), kreativitas (X2). Sedangkan variabel dependennya yaitu keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole (Y). penelitian ini menggunakan data primer dengan populasi yang digunakan adalah pengrajin marmer di desa Besole. Kemudian sampel yang diambil adalah sebanyak 33 responden.

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden terdiri 2 kategori yaitu aka nada pertanyaan terbuka dan tertutup, pertanyaan tertutup terdiri atas 18 item pertanyaan dan dalam 3 kategori yaitu:

- a. 6 (enam) pertanyaan digunakan untuk mengukur inovasi (X1)
- b. 6 (enam) pertanyaan dignakan untuk mengukur kreativitas (X2)
- c. 6 (enam) pertanyaan digunakan untuk mengukur keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole(Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari 3 variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran suatu tanggapan dari responden. Berikut adalah gambaran yang diperoleh:

Tabel 4.8 Variabel Inovasi (X1)
Pertanyaan X1.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	7	14%	28
3	Netral	3	24	48%	72
4	Tidak Setuju	2	16	32%	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	147
Rata-Rata Score					2,94

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 24 atau 48%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung netral dalam inovasi pengenalan barang baru.

Tabel 4.9 Variabel Inovasi (X1)
Pertanyaan X1.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	10	20%	40
3	Netral	3	21	42%	63
4	Tidak Setuju	2	16	32%	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	150
Rata-Rata Score					3,00

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 21 atau 42%, dan nilai terendah

menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netral jika metode produksi baru sangat membantu proses produksi.

. Tabel 4.10 Variabel Inovasi (X1)
Pertanyaan X1.3

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	6	12%	24
3	Netral	3	25	50%	75
4	Tidak Setuju	2	16	32%	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	146
Rata-Rata Score					2,92

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 25 atau 50%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netral jika pembukaan pasar baru diperlukan untuk pengembangan usaha.

Tabel 4.11 Variabel Inovasi (X1)
Pertanyaan X1.4

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	11	22%	44
3	Netral	3	20	40%	60
4	Tidak Setuju	2	16	32%	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	151
Rata-Rata Score					3,02

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 20 atau 40%, dan nilai terendah

menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netral jika pembukaan pasar baru mempengaruhi efektivitas produksi.

Tabel 4.12 Variabel Inovasi (X1)
Pertanyaan X1.5

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	6	12%	24
3	Netral	3	24	48%	72
4	Tidak Setuju	2	17	34%	34
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	145
Rata-Rata Score					2,90

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 24 atau 48%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netral jika penciptaan atau pengadaan persediaan (supply) bahan mentah atau setengah jadi baru dilakukan untuk perkembangan usaha.

Tabel 4.13 Variabel Inovasi (X1)
Pertanyaan X1.6

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	1	2%	5
2	Setuju	4	8	16%	32
3	Netral	3	26	52%	78
4	Tidak Setuju	2	15	30%	30
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	145
Rata-Rata Score					2,90

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 26 atau 52%, tidak setuju sebanyak 15 orang atau 30%, setuju sebanyak 8 orang atau 16%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 1 atau 2%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netral jika peran organisasi penting bagi pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel inovasi (X1) sebagai berikut:

Tabel 4.14
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Inovasi (X1)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Dalam usaha saya, pengenalan barang baru/ perbaikan barang yang sudah ada sangat diperlukan	147	2,94
Metode produksi baru dalam usaha saya sangat membantu proses usaha saya.	150	3,00
Pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor/daerah yang baru sangat perlu untuk pengembangan usaha saya.	146	2,92
Pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor/daerah baru mempengaruhi tingkat efektivitas produksi usaha saya.	151	3,02
Penciptaan atau pengadaan persediaan (supply) bahan mentah atau setengah jadi baru dilakukan supaya perkembangan usaha saya dapat terus meningkat.	145	2,90
Peran pembentukan organisasi industri baru sangat penting bagi usaha saya.	145	2,90
Jumlah Nilai Skor	884	17,68
Rata-rata Total Skor	147,3	2,95

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.14 mengenai tanggapan responden tentang inovasi diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan sejauh ini pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor/daerah baru mempengaruhi tingkat efektivitas produksi usaha (X1.4) dengan total skor sebanyak 151 atau 3,02. Sedangkan total terendah adalah pada penciptaan atau pengadaan persediaan (supply) bahan mentah atau setengah jadi baru dilakukan (X1.5) dan pernyataan peran pembentukan organisasi industri baru sangat penting bagi usaha (X1.6) .dengan total skor sebanyak 145 atau dengan rata-rata skor 2,90.

Tabel 4.15 Variabel Kreativitas (X2)

Pertanyaan X2.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	1	2%	5
2	Setuju	4	23	46%	92
3	Netral	3	19	38%	57
4	Tidak Setuju	2	7	14%	14
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	168
Rata-Rata Score					3,36

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 23 atau 46%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 1 atau 2%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika melakukan survey lapangan setiap bulan guna untuk kemajuan usaha.

Tabel 4.16 Variabel Kreativitas (X2)**Pertanyaan X2.2**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	1	2%	5
2	Setuju	4	24	48%	96
3	Netral	3	17	34%	51
4	Tidak Setuju	2	8	16%	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	168
Rata-Rata Score					3,36

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 24 atau 48%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 1 atau 2%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika pengrajin memiliki jiwa optimis dalam memasarkan produk – produk yang ditawarkan.

Tabel 4.17 Variabel Kreativitas (X2)**Pertanyaan X2.3**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	23	46%	92
3	Netral	3	16	32%	48
4	Tidak Setuju	2	8	16%	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	171
Rata-Rata Score					3,42

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 23 atau 46%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika fleksibilitas dalam pemasaran produk dengan menggunakan media social itu sangat diperlukan.

Tabel 4.18 Variabel Kreativitas (X2)**Pertanyaan X2.4**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	2	4%	10
2	Setuju	4	22	44%	88
3	Netral	3	16	32%	48
4	Tidak Setuju	2	10	20%	20
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	166
Rata-Rata Score					3,32

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 22 atau 44%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 2 atau 4%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya dalam pembuatan produk haruslah orisinal sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Tabel 4.19 Variabel Kreativitas (X2)**Pertanyaan X2.5**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	1	2%	5
2	Setuju	4	24	48%	96
3	Netral	3	15	30%	45
4	Tidak Setuju	2	10	20%	20
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	166
Rata-Rata Score					3,32

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 24 atau 48%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 1 atau 2%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika dalam usaha sangat penting untuk mencari solusi dalam memecahkan masalah.

**Tabel 4.20 Variabel Kreativitas (X2)
Pertanyaan X2.6**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	1	2%	5
2	Setuju	4	22	44%	88
3	Netral	3	20	40%	60
4	Tidak Setuju	2	7	14%	14
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	167
Rata-Rata Score					3,34

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 22 atau 44%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 1 atau 2%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden setuju jika mempertimbangkan tingkat imajinasi untuk memajukan usaha sangat penting.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan hasil rata-rata pilihan responden dari 6 pertanyaan berkaitan dengan variabel kreativitas (X2) sebagai berikut:

Tabel 4.21
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Kreativitas (X2)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Keingin tahuaan untuk mencari informasi tentang kemajuan usaha sangat tinggi.	168	3,36
Saya memiliki jiwa optimis dalam memasarkan produk – produk yang saya tawarkan.	168	3,36
Flesibelitas dalam pemasaran produk dengan menggunakan media social sangat diperlukan.	171	3,42
Pembuatan produk haruslah orisinil sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen	166	3,32
Menurut saya, penting untuk mencari solusi dalam memecahkan masalah.	166	3,32
Penting bagi saya mempertimbangkan tingkat imajinasi untuk memajukan usaha	167	3,34
Jumlah Nilai Skor	1006	20,12
Rata-rata Total Skor	167,7	3,35

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.21 mengenai tanggapan responden tentang kreativitas diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan flesibelitas dalam pemasaran produk dengan menggunakan media social sangat diperlukan (X2.5) dengan total skor sebanyak 171 atau 3,42. Sedangkan total terendah adalah pada pernyataan pembuatan produk haruslah orisinil sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen (X2.4) dan penting untuk mencari solusi dalam memecahkan masalah (X2.5) dengan total skor sebanyak 166 atau dengan rata-rata skor 23,32

Tabel 4.22 Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**Pertanyaan Y.1**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	9	18%	32
3	Netral	3	22	44%	66
4	Tidak Setuju	2	16	32%	32
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	145
Rata-Rata Score					2,90

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral yaitu sebanyak 22 atau 44%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netral jika laba yang diperoleh setiap tahunnya mengalami kenaikan.

Tabel 4.23 Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**Pertanyaan Y.2**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	0	0	0
2	Setuju	4	11	20%	44
3	Netral	3	30	60%	90
4	Tidak Setuju	2	9	18%	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	152
Rata-Rata Score					3,04

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral yaitu sebanyak 30 atau 60%, dan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 9 atau 18%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung netral jika laba merupakan tujuan utama dalam bisnis.

Tabel 4.24 Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**Pertanyaan Y.3**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	0	0	0
2	Setuju	4	11	22%	44
3	Netral	3	30	60%	90
4	Tidak Setuju	2	9	18%	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	152
Rata-Rata Score					3,04

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral yaitu sebanyak 30 atau 60%, dan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 9 atau 18%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung netral jika produktivitas dan efisiensi dalam pengolahan produk sangat diprioritaskan.

Tabel 4.25 Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**Pertanyaan Y.4**

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	3	6%	15
2	Setuju	4	10	20%	40
3	Netral	3	31	62%	93
4	Tidak Setuju	2	6	12%	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	166
Rata-Rata Score					3,32

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral yaitu sebanyak 31 atau 62%, dan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 3 atau 6%. Sedangkan pernyataan sangat

tidak setuju dan sangat setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung netral jika kompetensi dan etika dalam berbisnis diutamakan dalam pelayanan konsumen.

Tabel 4.26 Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pertanyaan Y.5

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	0	0%	0
2	Setuju	4	9	18%	36
3	Netral	3	32	64%	96
4	Tidak Setuju	2	9	18%	18
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	150
Rata-Rata Score					3,00

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral yaitu sebanyak 32 atau 64%, dan nilai terendah menyatakan setuju dan tidak setuju sebanyak 9 atau 18%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0. Artinya responden netralterbangunnya citra baik dalam usaha sangat diperlukan untuk eksistensi pengusaha.

Tabel 4.27 Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pertanyaan Y.6

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	0	0	0
2	Setuju	4	10	20%	40
3	Netral	3	32	64%	96
4	Tidak Setuju	2	8	16%	16
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			50	100%	152
Rata-Rata Score					3,04

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa dari 50 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral yaitu sebanyak 29 atau 58%, dan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 9 atau 18%. Sedangkan pernyataan sangat tidak setuju dan sangat setuju sebanyak 0. Artinya responden cenderung netral tentang terbangunnya citra baik dalam usaha sangat diperlukan untuk eksistensi pengusaha.

Tabel 4.28
Rata-rata Pilihan Responden Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Laba yang diperoleh setiap tahunnya mengalami kenaikan	145	2,90
Laba merupakan tujuan utama dalam bisnis.	152	3,04
Produktivitas dan efisiensi dalam pengolahan produk sangat diprioritaskan.	152	3,04
Kopetensi dan etika dalam berbisnis diutamakan dalam pelayanan konsumen.	166	3,32
Daya saing dalam melakukan bisnis semakin meningkat setiap tahunnya.	150	3,00
Terbangunnya citra baik dalam usaha sangat diperlukan untuk eksistensi pengusaha.	152	3,04
Jumlah Nilai Skor	828	16,56
Rata-rata Total Skor	16,56	0,33

Sumber: Data *Primer*, Tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.28 mengenai tanggapan responden tentang keberhasilan usaha diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan terbangunnya citra baik dalam usaha sangat diperlukan untuk eksistensi pengusaha (Y.4) dengan total skor sebanyak 166 atau 3,32. Sedangkan total terendah adalah pada pernyataan Laba yang diperoleh setiap tahunnya mengalami kenaikan (Y.1) dengan total skor sebanyak 145 atau dengan rata-rata skor 2,90.

D. Pengujian Hasil Hipotesis

1. Pengecekan Kualitas Data

a. Uji Validitas

Setelah data terkumpul, maka langkah yang selanjutnya adalah analisis data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole kecamatan Besuki kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrument inovasi, kreativitas dan keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole kecamatan Besuki kabupaten Tulungagung, dimana pengujian ini untuk mengetahui valid atau layak tidaknya instrument yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16. Sedang hasil ujinya dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.29
Hasil Uji Validitas Instrumen Inovasi

No	Soal	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=110), Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1.	X1.1	0,790	0,2377	Valid
2.	X1.2	0,847	0,2377	Valid
3.	X1.3	0,589	0,2377	Valid
4.	X1.4	0,862	0,2377	Valid
5.	X1.5	0,771	0,2377	Valid
6.	X1.6	0,698	0,2377	Valid

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Dari table diatas terlihat bahwa semua butir soal instrument inovasi dari soal nomor 1 sampai dengan nomer 6 valid. Karena semua

indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 50 dengan taraf signifikansi 10% diperoleh nilai 0,2377. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument inovasi adalah valid.

Tabel 4.30
Hasil Uji Validitas Instrumen Kreativitas

No	Soal	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=110), Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1.	X1.1	0,703	0,2377	Valid
2.	X1.2	0,716	0,2377	Valid
3.	X1.3	0,833	0,2377	Valid
4.	X1.4	0,633	0,2377	Valid
5.	X1.5	0,878	0,2377	Valid
6.	X1.6	0,790	0,2377	Valid

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Dari table diatas terlihat bahwa semua butir soal instrument inovasi dari soal nomor 1 sampai dengan nomer 6 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 50 dengan taraf signifikansi 10% diperoleh nilai 0,2377. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument kreativitas adalah valid.

Tabel 4.31
Hasil Uji Validitas Instrumen Keberhasilan Usaha

No	Soal	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=110), Taraf Signifikansi 10%	Keterangan
1.	Y.1	0,456	0,2377	Valid
2.	Y.2	0,671	0,2377	Valid
3.	Y.3	0,790	0,2377	Valid
4.	Y.4	0,689	0,2377	Valid
5.	Y.5	0,637	0,2377	Valid
6.	Y.6	0,845	0,2377	Valid

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Dari table diatas terlihat bahwa semua butir soal instrument keberhasilan usaha dari soal nomor 1 sampai dengan nomer 6 valid. Karena semua indikator pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 30 dengan taraf signifikasi 10% diperoleh nilai 0,2377. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrument keberhasilan usaha adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Reliabilitas diukur dengan metode *Alpha Cronbach's (α)* dengan cara membandingkan nilai *Alpha* dengan standarnya. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Kuesioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,60. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.32
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Inovasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	6

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa harga koefisien *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel inovasi untuk butir

soal nomor 1 sampai 6 adalah 0,855 artinya kurang dari 1,00 akan tetapi masih berada di atas 0,81 Maka dapat disimpulkan bahwa angket ini bersifat sangat reliable.

Tabel 4.33
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Kreativitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.851	6

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa harga koefisien *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel kreativitas untuk butir soal nomor 1 sampai 6 adalah 0,851 artinya kurang dari 1,00 akan tetapi masih berada di atas 0,81 Maka dapat disimpulkan bahwa angket ini bersifat sangat reliable.

Tabel 4.34
Hasil Uji Reabilitas Instrumen Keberhasilan Usaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	6

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa harga koefisien *Cronbach's Alpha* hitung untuk variabel inovasi untuk butir soal nomor 1 sampai 6 adalah 0,743 artinya kurang dari 1,00 akan

tetapi masih berada di atas 0,81. Maka dapat disimpulkan bahwa angket ini bersifat reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov adalah jika nilai Sig atau signifikan $< 0,1$ distribusi data adalah tidak normal dan jika nilai Sig atau signifikan $> 0,1$ distribusi data adalah normal.

Tabel 4.35
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38733220
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.790
Asymp. Sig. (2-tailed)		.561

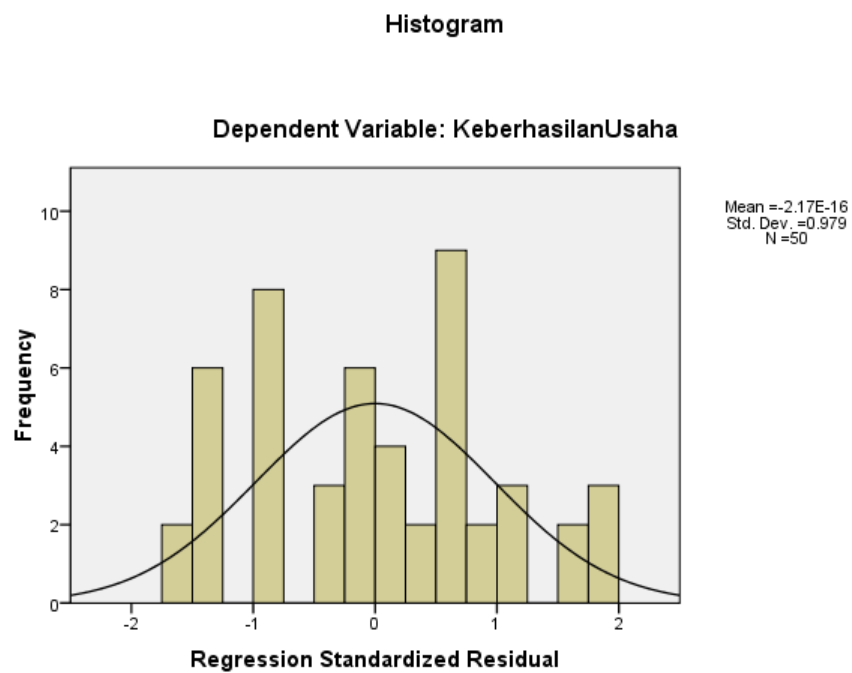
a. Test distribution is Normal.

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Berdasarkan tabel diatas asymp.sig,(2-tailed) tertulis nilai 0,964 selanjutnya dikalikan 100% = 56,1 %(karena 56,1% > 10%) dengan demikian distribusi nilai diatas menunjukkan normal.

Selain itu, untuk pengujian normalitas dapat dilihat dengan gambar berikut ini :

Gambar 4.1
Uji Normalitas dengan Koefisien Kurtosis



Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Hasil uji koefisien kurtosis menunjukkan bahwa kuerve tersebut tidak terlalu runcing (tinggi) atau tidak pula terlalu datar (rendah). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pendapatan pengrajin

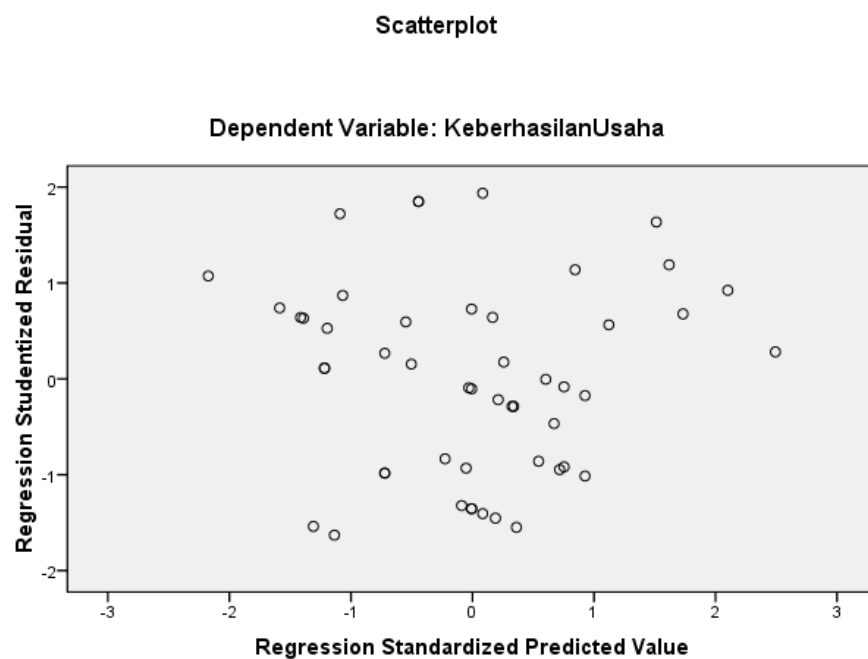
genteng berdistribusi normal karena memiliki koefisien kurtosis dengan kurve normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengelolaan data antara ZPRED data SREID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun golombang.

Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0, 2019

Dalam penelitian berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan hasil out put SPSS 16.0 gambar scatterplot didapatkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan titik- titik data menyebar dan dibawah atau sekitar angka 0 dan 3, sehingga dapat disimpulkan bahwa gambar diatas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi ini diterapkan untuk analisis regresi yang terdiri dari dua atau lebih dari dua atau lebih variabel dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel melalui besaran koefisien korelasi.

Deteksi multikolinieritas yang sering digunakan dalam SPSS yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dan *tolerance*. Jika angka *tolerance* diatas 0,1 dan $VIF < 10$ dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Jika angka *tolerance* dibawah 0,1 dan $VIF > 10$ dikatakan terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.36
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	9.591	2.489		3.854	.000		
Inovasi	.244	.091	.347	2.684	.010	.997	1.003
Kreativitas	.216	.097	.287	2.216	.032	.997	1.003

a. Dependent Variable:

KeberhasilanUsaha

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0 2019

Penelitian ini (lihat tabel) menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas untuk variable inovasi dengan VIF sebesar 1,003 dan *tolerance* 0,997 serta variabel kreativitas dengan VIF sebesar 1,003 dan *tolerance* 0,997. Artinya bahwa data tersebut tidak terdapat gejala multikolinieritas, karena angka *tolerance* diatas 0,1 dan VIF <10.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antarvariable pengganggu pada periode tertentu dengan variable sebelumnya. Untuk menguji autokorelasi akan dilakukan dengan menggunakan patokan sebagai berikut: (1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif; (2) Angka D-W diantara -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi; dan (3) Angka D-W diatas 2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.37
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.463 ^a	.215	.181	2.438	.918

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

b. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0 2019

Berdasarkan model summary nilai Durbin-Watson sebesar 0,918. Hal ini berarti model penelitian tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh variabel X. Jika R^2 yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.38
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.463 ^a	.215	.181	2.438	.918

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

b. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0 2019

Pada tabel dijelaskan bahwa besarnya presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Angka Adjusted R Square atau besar koefisien determinasi adalah 0,215 (21,5%). Jadi pengaruh perubahan variabel dependen adalah 21,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 21,5\% = 78,5\%$) dijelaskan oleh sebab – sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Setelah uji validitas, reabilitas dan uji normalitas data dilakukan, serta menunjukkan bahwa data tersebut memenuhi persyaratan, maka selanjutnya yaitu melakukan uji regresi untuk mengetahui pengaruh antar variabel .

Tabel 4.39
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	9.591	2.489		3.854	.000
Inovasi	.244	.091	.347	2.684	.010
Kreativitas	.216	.097	.287	2.216	.032

a. Dependent Variable:

KeberhasilanUsaha

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0 2019

Dari tabel diatas (tabel) diperoleh persamaan satu dengan persamaan segresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1ZX_1 + b_2ZX_2$$

$$Y = 9,591 + 0,244 + 0,216$$

Dari persamaan regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 9,591 artinya jika inovasi (X_1) dan reativitas (X_2) nilainya adalah 0 , keberhasilan usaha pada sentra industri marmer (Y) nilai sebesar 9,591.
- b. Koefisien regresi variabel inovasi (X_1) sebesar 0,244, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% inovasi, maka faktor inovasi akan meningkatkan, keberhasilan usaha pada sentra industri marmer sebesar 0,244 atau 2,4%. Dan sebaliknya, jika faktor inovasi menurun 1% maka keberhasilan usaha pada sentra industri marmer akan mengalami penurunan sebesar 0,244 atau 2,4% dengan anggapan X_2 tetap.
- c. Koefisien regresi variabel kreativitas (X_2) sebesar 0,216, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kreativitas maka faktor kreativitas akan meningkatkan, keberhasilan usaha pada sentra industri marmer sebesar 0,216 atau 2,16%. Dan sebaliknya, jika faktor kreativitas menurun 1% maka keberhasilan usaha pada sentra industri marmer akan mengalami penurunan sebesar 0,216 atau 2,16% dengan anggapan X_1 tetap.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besuki. Dan dalam pengujian ini menggunakan uji F_{hitung} dan T_{hitung} .

a. Uji T_{hitung}

Uji T_{hitung} digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari inovasi dan kreativitas terhadap variabel dependen keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole.

Tabel 4.40

Uji T_{hitung}

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	9.591	2.489		3.854	.000
Inovasi	.244	.091	.347	2.684	.010
Kreativitas	.216	.097	.287	2.216	.032

a. Dependent Variable:

KeberhasilanUsaha

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0 2019

Dari tabel T_{hitung} diatas pengaruh masing-masing variabel independen apakah benar-benar signifikan dalam menjelaskan variabel terikat, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Variabel Inovasi (X_1)

Nilai t_{hitung} pada variabel inovasi sebesar 2,684 Nilai t_{tabel} dapat ditunjukkan dengan rumus $df = n - 3$ dan $\alpha = 0,1$ adalah 1,678, hasil uji menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,684 > t_{tabel} 1,678$. Selain itu juga ditunjukkan nilai signifikan sebesar 0,010 dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 0,1 atau 10% maka diperoleh hasil $0,010 < 0,1$. Inovasi (X_1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole. Artinya, inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada industri marmer di desa Besuki kecamatan Besole kabupaten Tulungagung. Maksudnya, semakin tinggi kreativitas maka semakin tinggi pula keberhasilan usaha pada industri marmer di desa Besuki kecamatan Besole kabupaten Tulungagung.

2) Variabel Kreativitas (X_2)

Nilai t_{hitung} pada variabel Kreativitas sebesar 2,216. Nilai t_{tabel} dapat ditunjukkan dengan rumus $df = n - 3$ dan $\alpha = 0,1$ adalah 1,678, hasil uji menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,216 > t_{tabel} 1,678$. Selain itu juga ditunjukkan nilai signifikan sebesar 0,032 dibandingkan dengan taraf signifikansi sebesar 0,1 atau 10% maka diperoleh hasil $0,032 < 0,1$. Kreativitas (X_2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole (Y). Artinya, kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada industri marmer di desa Besuki

kecamatan Besole kabupaten Tulungagung. Maksudnya, semakin tinggi kreativitas maka semakin tinggi pula keberhasilan usaha pada industri marmer di desa Besuki kecamatan Besole kabupaten Tulungagung.

b. Uji F_{hitung}

Uji ini dilakukan untuk mengetahui koefisien secara keseluruhan. Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole. Adapun hasil pengujian dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.41

Uji F_{hitung}

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.352	2	38.176	6.425	.003 ^a
	Residual	279.268	47	5.942		
	Total	355.620	49			

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

b. Dependent Variable: KeberhasilanUsaha

Sumber: data penelitian yang diolah SPSS 16.0 2019

Untuk mengetahui hipotesis diterima dan ditolak peneliti harus mengetahui F_{tabel} dan F_{hitung} . Apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} maka hipotesis adalah berpengaruh dan begitu juga sebaliknya Apabila $F_{hitung} <$ dari

F_{tabel} hipotesis tidak berpengaruh. Dari tabel 4.41 diperoleh nilai F_{hitung} 6,425 lebih besar dari F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,1 adalah 2,42. Jadi, karena pada penelitian ini $F_{\text{hitung}} >$ dari F_{tabel} yaitu $6,425 >$ 2,42, maka hipotesis penelitian adalah berpengaruh positif dan signifikan. Secara bersama-sama inovasi dan kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha pada sentra industri marmer di desa Besole.