

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

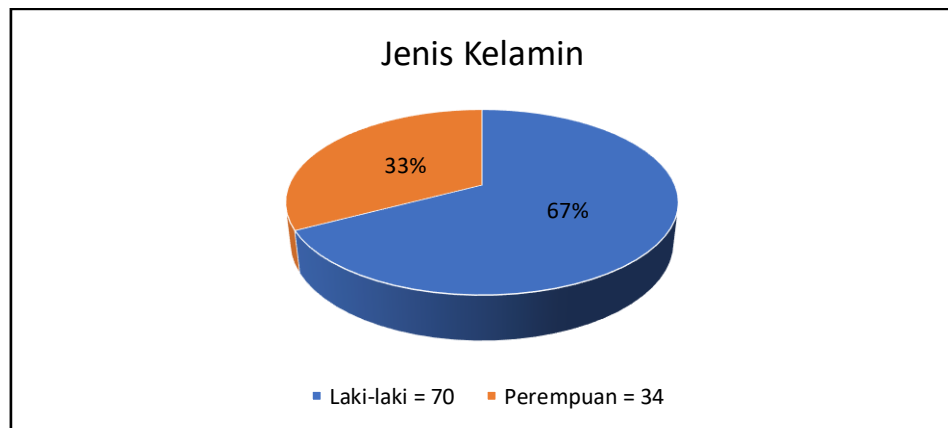
##### 4.1.1 Deskripsi Data atau Gambaran Obyek Penelitian

Opak singkong merupakan kuliner yang terbuat dari singkong yang telah melalui proses pamarutan, pencampuran bumbu, dimasak, dicetak lalu dijemur dibawah terik matahari. Kuliner yang terbuat dari singkong ini dianggap kurang populer dikalangan krupuk atau kripik, ternyata opak memiliki para penggemarnya tersendiri. Opak dari sini memiliki 2 (dua) varian rasa: original dan pedas dengan harga yang terjangkau. Untuk harga ada perbedaan varian pedas lebih mahal dikarenakan ada tambahan bumbu cabe.

##### 4.1.2 Karakteristik Responden

###### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini dilakukan kepada 104 pengusaha opak di Kecamatan Cikembar Kabupaten Sukabumi dengan karakteristik berjenis kelamin sebagai berikut:

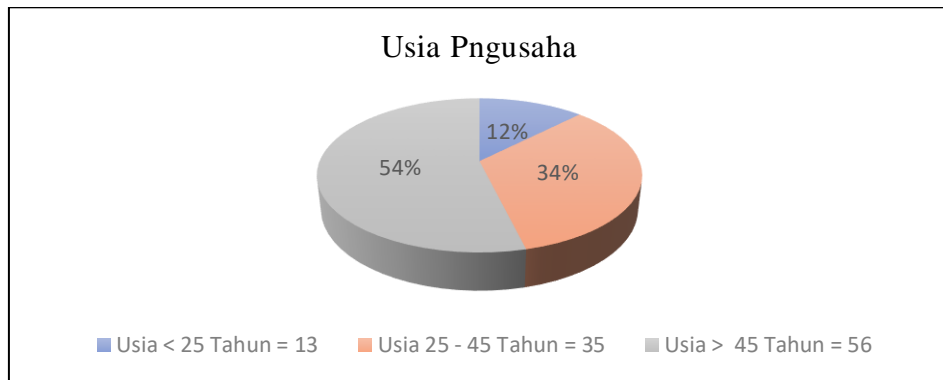


Gambar 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin  
Sumber : Data penelitian yang diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki yaitu 70 pengusaha dengan persentase 67%, sedangkan perempuan sebanyak 34 pengusaha dengan persentase 33%. Responden didominasi berdasarkan jenis kelamin laki-laki.

## 2. Responden Berdasarkan Usia Pengusaha

Penelitian ini dilakukan kepada 104 pengusaha opak di Kecamatan Cikembar Kabupaten Sukabumi dengan karakteristik usia Pengusaha sebagai berikut:

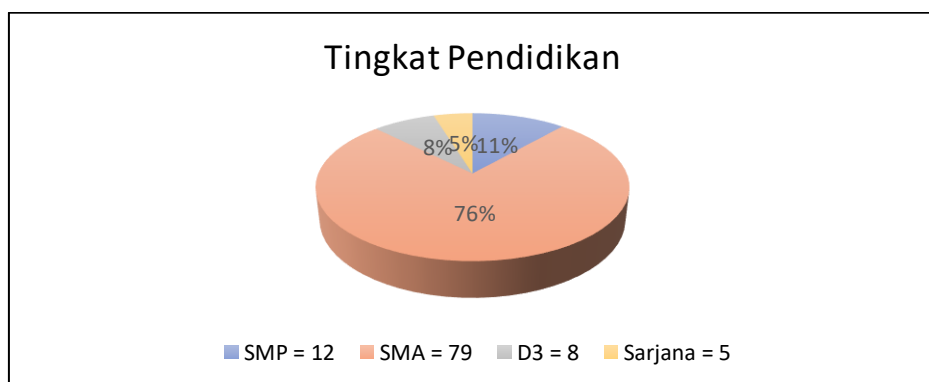


Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pengusaha  
Sumber : Data penelitian yang diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.2 diketahui bahwa responden dengan usia < 25 tahun terdapat 13 pengusaha dengan persentase 12%, usia 25-45 tahun terdapat 35 pengusaha dengan persentase 34% dan usia > 45 tahun terdapat 56 pengusaha dengan persentase 54%. Responden didominasi berdasarkan usia pengusaha diatas 45 tahun.

## 3. Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan Pengusaha

Penelitian ini dilakukan kepada 104 pengusaha opak di Kecamatan Cikembar Kabupaten Sukabumi dengan karakteristik tingkat Pendidikan pengusaha sebagai berikut:

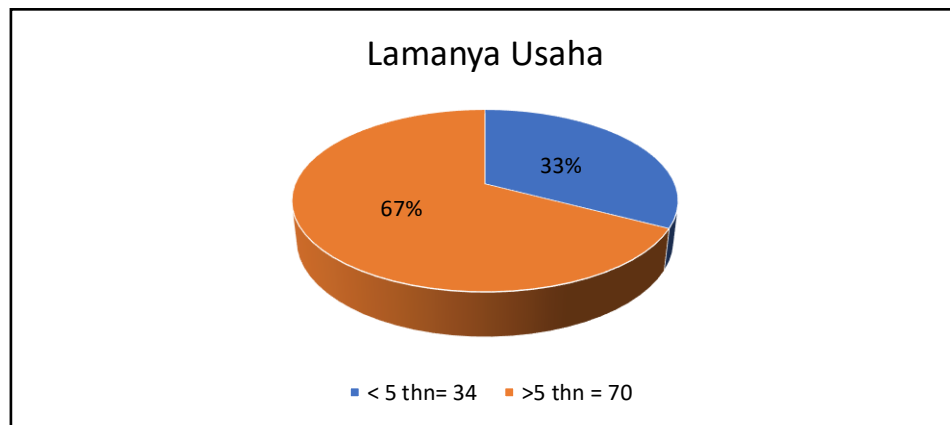


Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Responden Pengusaha  
Sumber : Data penelitian yang diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMP terdapat 12 pengusaha dengan persentase 11%, SMA terdapat 79 pengusaha dengan persentase 76% , D3 terdapat 8 pengusaha dengan persentase 8% dan S1 hanya 5 pengusaha dengan persentase 5%. Responden didominasi berdasarkan tingkat Pendidikan SMA.

#### 4. Karakteristik Responden Lamanya Usaha Pengusaha

Penelitian ini dilakukan kepada 104 pengusaha opak di Kecamatan Cikembar Kabupaten Sukabumi dengan karakteristik lamanya usaha pengusaha sebagai berikut:



Gambar 4.4 Lamanya Usaha Responden  
Sumber : Data penelitian yang diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat lama masa usaha kurang dari 5 tahun terdapat 34 pengusaha dengan persentase 33%, sedangkan usaha yang lebih dari 5 tahun terdapat 70 pengusaha dengan persentase 67%. Responden didominasi berdasarkan lamanya usaha diatas lima tahun

#### 4.1.3 Analisa *Structural Equation Modeling (SEM)*

Analisis data dalam penelitian menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* digunakan untuk menguji hubungan antara banyak variabel dalam model yang kompleks dan memperhitungkan pengaruh variabel laten. *Structural Equation Modeling (SEM)* memiliki dua jenis model yaitu *measurement model* (model pengukuran) dan *structural model*.

*Measurement* model dilakukan untuk menganalisa penilaian mengenai validitas dan validitas diskriminan, sedangkan model struktural menggambarkan hubungan – hubungan antar variabel yang dihipotesakan.

#### **4.1.4 Analisa Model Pengukuran**

Pengujian model pengukuran dilakukan untuk melihat validitas dan reabilitas. Hasil uji validitas melalui program Lisrel 8.8 dalam model SEM dapat dilakukan dengan menggunakan model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* ini untuk memvalidasi dan menguji struktur faktor yang diamati.

Kriteria pengujian validitas model pengukuran dengan model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah:

1. Apakah *t-value* dari *standardized loading factor* dari variabel teramati memenuhi syarat yaitu  $\geq 1,96$  dan
2. *Standardized solution* dari variabel teramati memenuhi syarat yaitu  $\geq 0,50$  (Wijanto 2008).

Hasil uji reabilitas dilakukan dengan mengukur nilai *Composite Reliability Measure* atau *Construk Reliability Measure (CR)* dan *variance Extract Measure (VE)*, menurut (Hair et, al, 2006) menyatakan bahwa suatu kontruk memiliki reabilitas yang baik adalah :

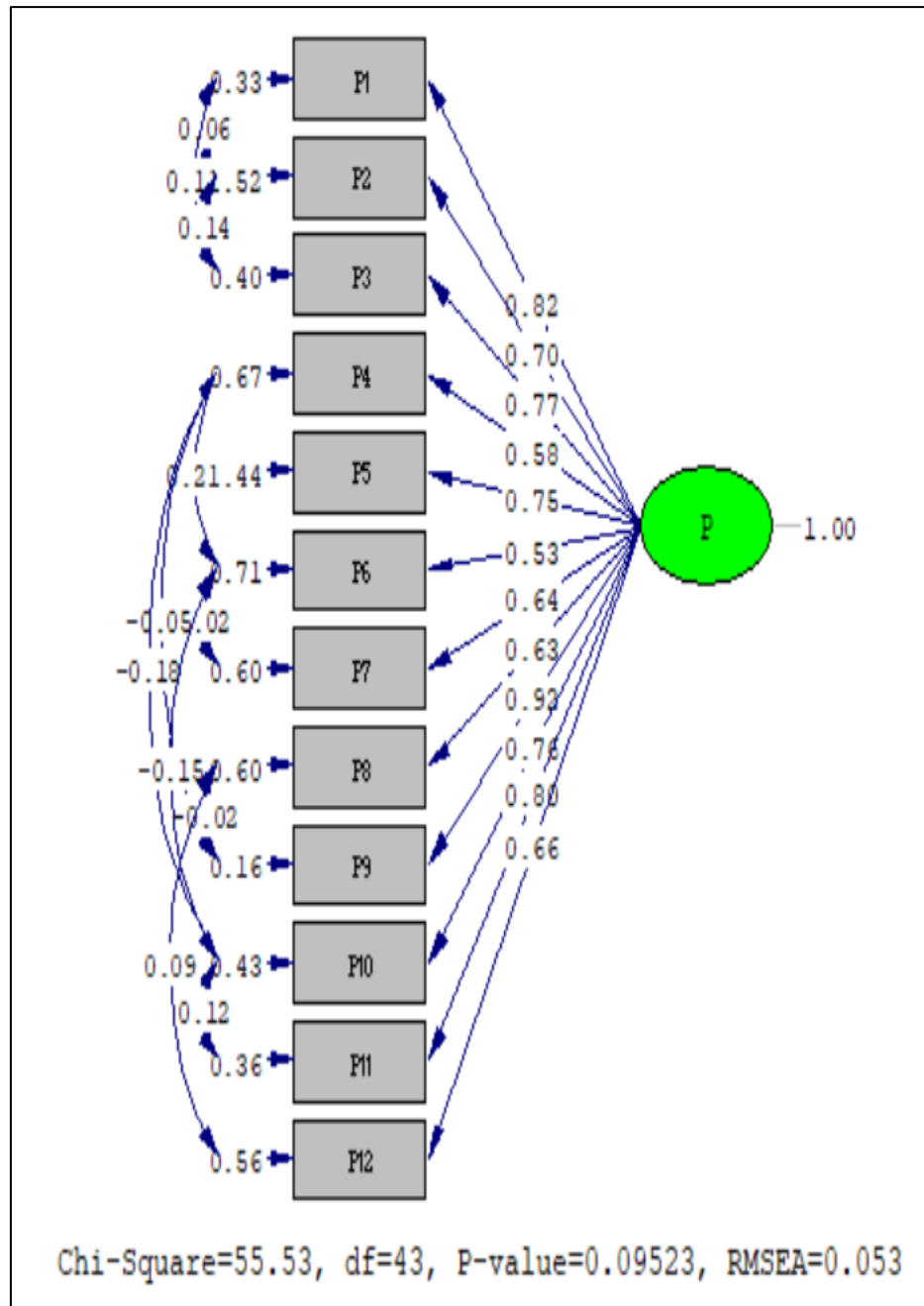
1. Jika Memenuhi Syarat Nilai CR Harus  $\geq 0,7$ , Dan
2. Nilai VE harus  $\geq 0,5$ .

Analisis model pengukuran pada kontruk dengan format CFA dilakukan melalui pengukuran validitas dan realibilitas, dimana dilakukan CFA terhadap sub kontruk (Indikator).

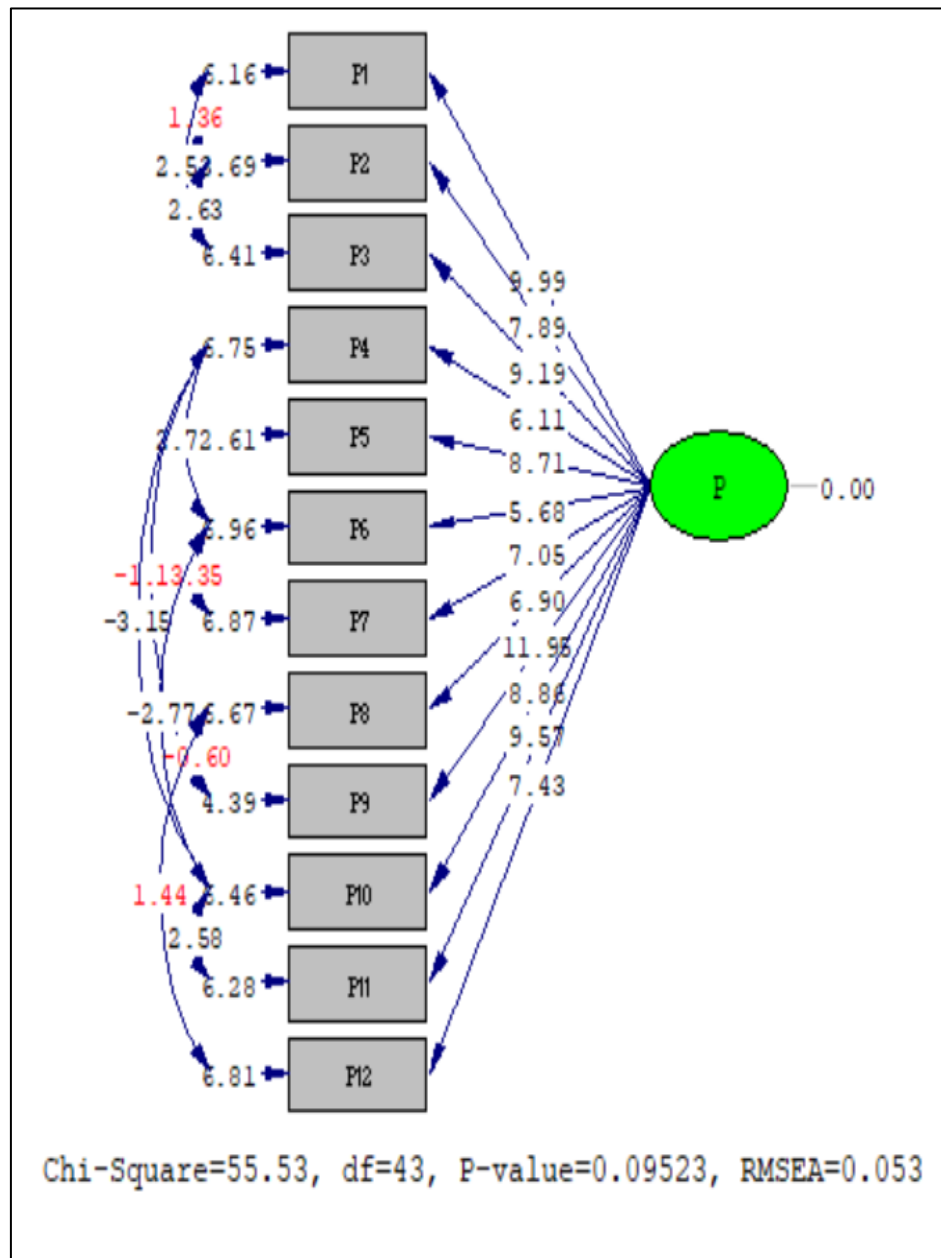
##### **4.1.4.1 *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* Konstruk Produk**

Konstruk produk dibangun atas 3 sub variabel yaitu cita rasa, kemasan dan inovasi produk masing-masing memiliki 2 indikator, jadi total berjumlah 6 indikator yaitu rasa, tekstur, mudah menyimpan, inovasi kemasan, kualitas produk, varian produk.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *LISREL 8.8*, maka didapatkan ukuran kesesuaian model pengukuran konstruk produk sebagai berikut:



Gambar 4.5 Model (*Standardized*) CFA Konstruk Produk  
 Sumber: Hasil olah data dengan LISREL 8.8



Gambar 4.6 Model (T- value ) CFA Konstruk Produk  
 Sumber: Hasil olah data dengan LISREL 8.8

Berdasarkan Gambar 4.5 dan Gambar 4.6 diatas, dapat dijelaskan melalui tahap pemahaman akan Marginal Fit adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran *absolute fit*, maupun *incremental fit*, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut, karena dekat dengan kriteria ukuran *good fit* (Hair et, al, 2010).

Berdasarkan Tabel 4.1 dibawah, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang *good fit*, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI, AGFI dan CFI. Berdasarkan model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1 Ukuran Kesesuaian Model Pengukuran Variabel Produk

Indikator	Ukuran yang Diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,92	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,053	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,97	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,85	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Marginal Fit adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran *absolute fit*, maupun *incremental fit*, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut, karena dekat dengan kriteria ukuran *good fit* (Hair et, al, 2010).

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang *good fit*, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI, AGFI dan CFI. Berdasarkan model

pengukuran Confirmatory Factor Analysis (CFA) hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Produk

Sub konstruk	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan
Cita rasa	P1	0,82	0,33	9,99	0,92	0,52	Valid dan Reliabel
	P2	0,70	0,52	7,89			Valid dan Reliabel
	P3	0,77	0,40	9,19			Valid dan Reliabel
	P4	0,58	0,67	6,11			Valid dan Reliabel
Kemasan	P5	0,75	0,44	8,71			Valid dan Reliabel
	P6	0,53	0,71	5,68			Valid dan Reliabel
	P7	0,64	0,60	7,05			Valid dan Reliabel
	P8	0,63	0,60	6,90			Valid dan Reliabel
Inovasi produk	P9	0,92	0,116	11,95			Valid dan Reliabel
	P10	0,76	0,43	8,86			Valid dan Reliabel
	P11	0,80	0,36	9,57			Valid dan Reliabel
	P12	0,66	0,56	7,43			Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 hasil olah data uji statistik validitas dan reabilitas semua indikator memiliki t-value  $\geq 1,96$ , produk memiliki nilai *construct reliability* (CR) 0,92 yang artinya lebih besar dari 0,70 ( $CR \geq 0,70$ ) dan nilai *variance extract* (VE) 0,51 lebih besar dari 0,50 ( $VE \geq 0,50$ ).

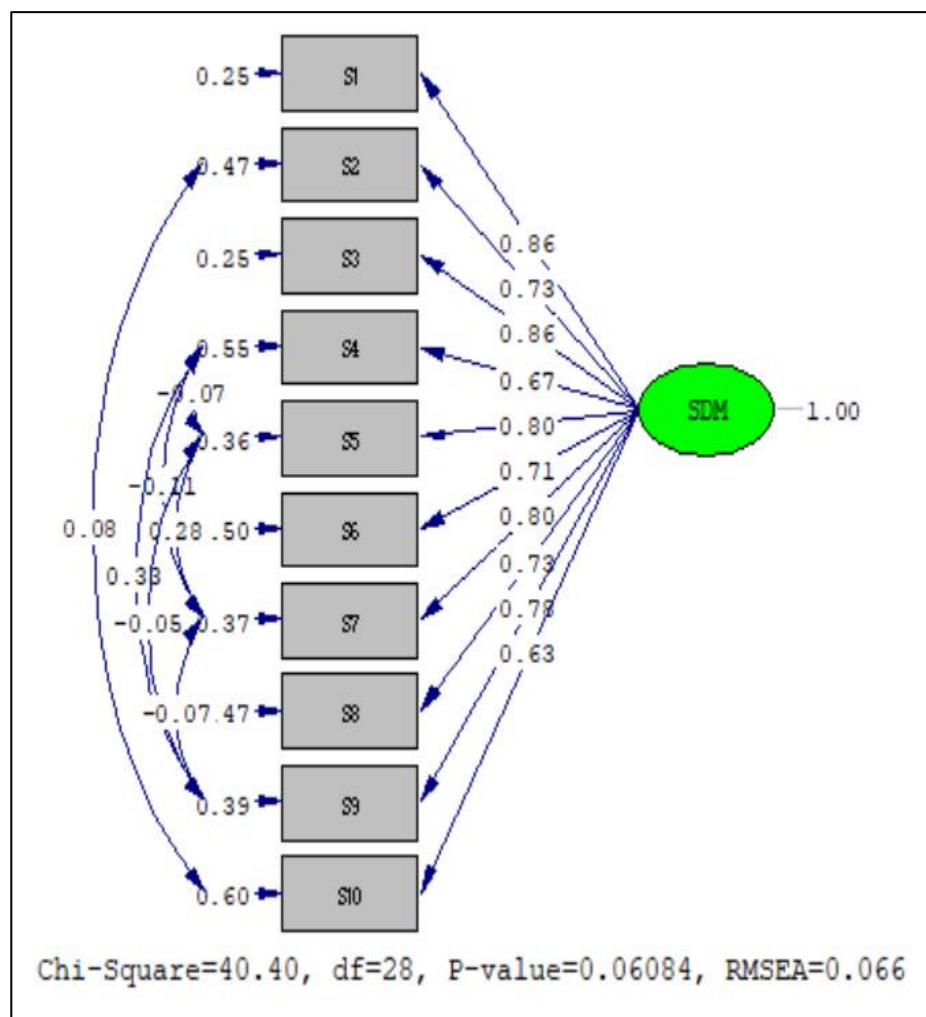
Maka dari hasil olah data dari 12 pertanyaan variabel produk adalah valid dan reliabel untuk digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat disertakan dalam mengukur variabel yang diteliti.



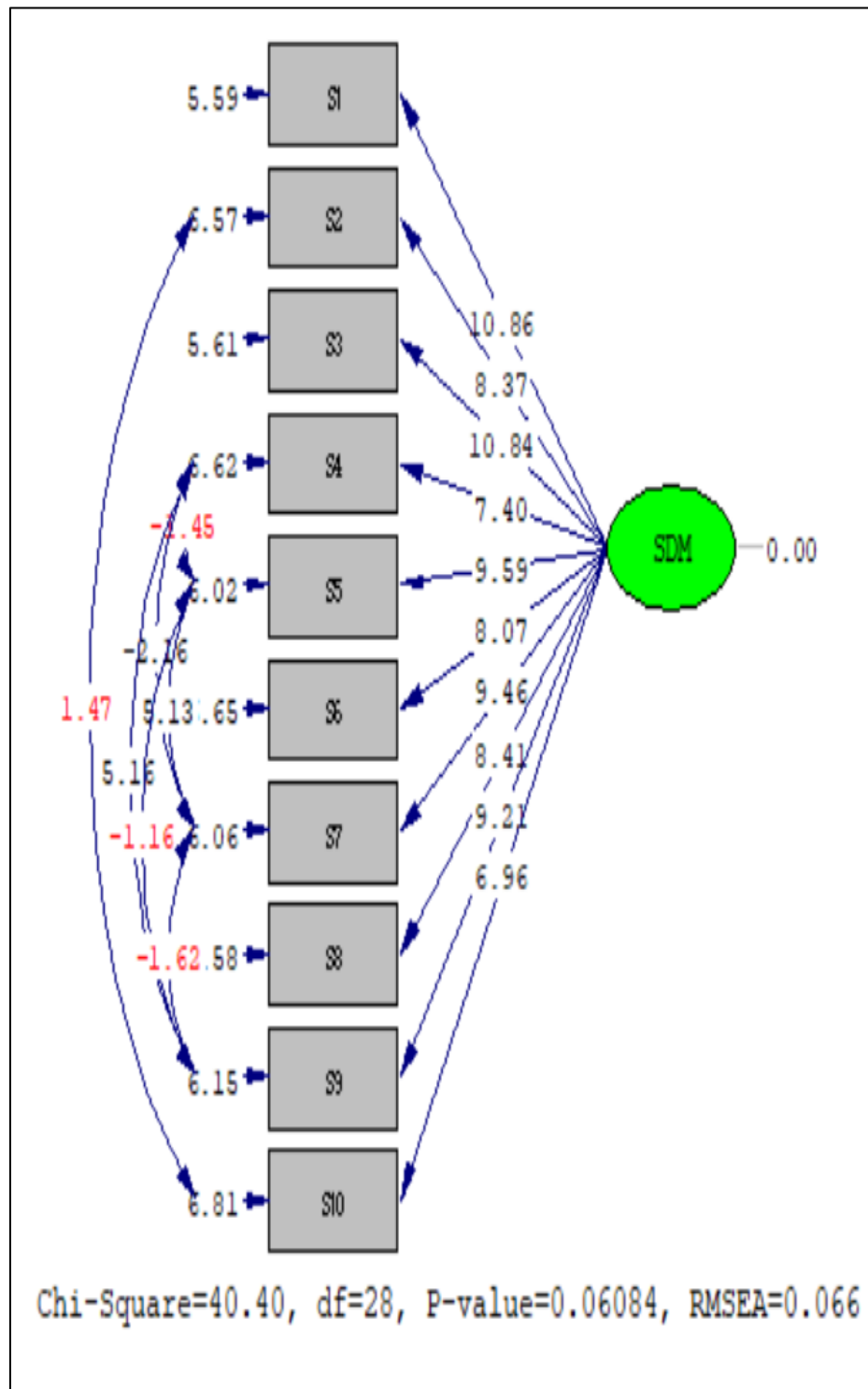
#### 4.1.4.2 *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* Konstruk Sumber Daya Manusia

Konstruk Sumber Daya Manusia dibangun atas 2 sub variabel yaitu Motivasi kerja dan lingkungan kerja, masing-masing memiliki 2 indikator, yaitu semangat, ada hasrat keinginan berhasil, bau dan pencahayaan.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *LISREL 8.8*, maka didapatkan ukuran kesesuaian model pengukuran konstruk Sumber Daya Manusia sebagai berikut:



Gambar 4.7 Model (Standardized) CFA Konstruk Sumber Daya Manusia  
Sumber: Hasil olah data dengan LISREL 8.8



Gambar 4.8 Model (T- value ) CFA Konstruk Sumber Daya Manusia  
Sumber: Hasil olah data dengan LISREL 8.8

Berdasarkan Gambar 4.7 dan Gambar 4.8 diatas, dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Ukuran Kesesuaian Model Pengukuran Sumber Daya Manusia

Indikator GOF	Ukuran yang Diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,93	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,066	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,98	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,86	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,96	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Marginal Fit adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran *absolute fit*, maupun *incremental fit*, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut, karena dekat dengan kriteria ukuran *good fit* (Hair et, al, 2010).

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang good fit, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI, AGFI dan CFI. Berdasarkan model pengukuran Confirmatory Factor Analysis (CFA) hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Sumber Daya Manusia

Subkons truk	Indika tor	SLF	Error	-values	CR	VE	Keterangan
Motivasi usaha	SDM1	0,86	0,25	10,86	0,93	0,57	Valid dan Reliabel
	SDM2	0,73	0,47	8,37			Valid dan Reliabel
	SDM3	0,86	0,25	10,84			Valid dan Reliabel
	SDM4	0,67	0,55	7,40			Valid dan Reliabel
	SDM5	0,80	0,36	9,59			Valid dan Reliabel
Lingkun gan kerja	SDM6	0,71	0,50	8,07			Valid dan Reliabel
	SDM7	0,80	0,37	9,46			Valid dan Reliabel
	SDM8	0,73	0,47	8,41			Valid dan Reliabel
	SDM9	0,78	0,39	9,21			Valid dan Reliabel
	SDM10	0,63	0,60	6,96			Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Kriteria CR dan VE adalah (Hair et, al, 2010):

- a. *Composite Reliability Measure* atau *Construk reliability Measure (CR)*, atau sering disebut reliabilitas, dengan persyaratan nilai  $CR \geq 0,7$ .
- b. *Variance Extract Measure (VE)* atau ekstrak varian, dengan persyaratan harus memiliki nilai  $VE \geq 0,5$ .

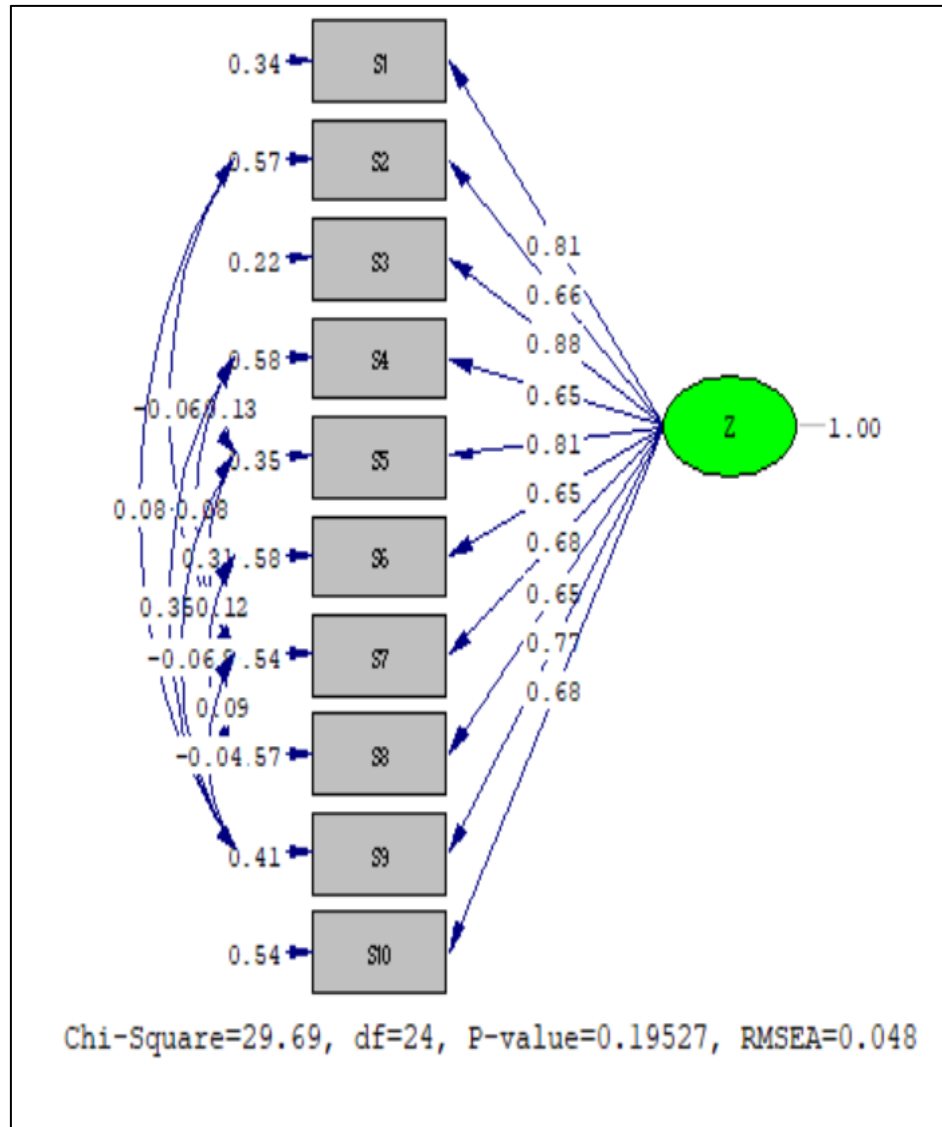
Berdasarkan Tabel 4.4 hasil olah data uji statistik validitas dan reabilitas semua indikator memiliki t-value  $\geq 1,96$  dan semua indikator memiliki standarized solution  $\geq 0,50$ , Sumber Daya Manusia memiliki nilai *construct reliability* (CR) 0,93 yang artinya lebih besar dari 0,70 ( $CR \geq 0,70$ ) dan nilai *variance extract* (VE) 0,57 lebih basar dari 0,50 ( $VE \geq 0,50$ ).

Maka dari hasil olah data dari 10 pertanyaan variabel Sumber Daya Manusia adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat disertakan dalam mengukur variabel yang diteliti.

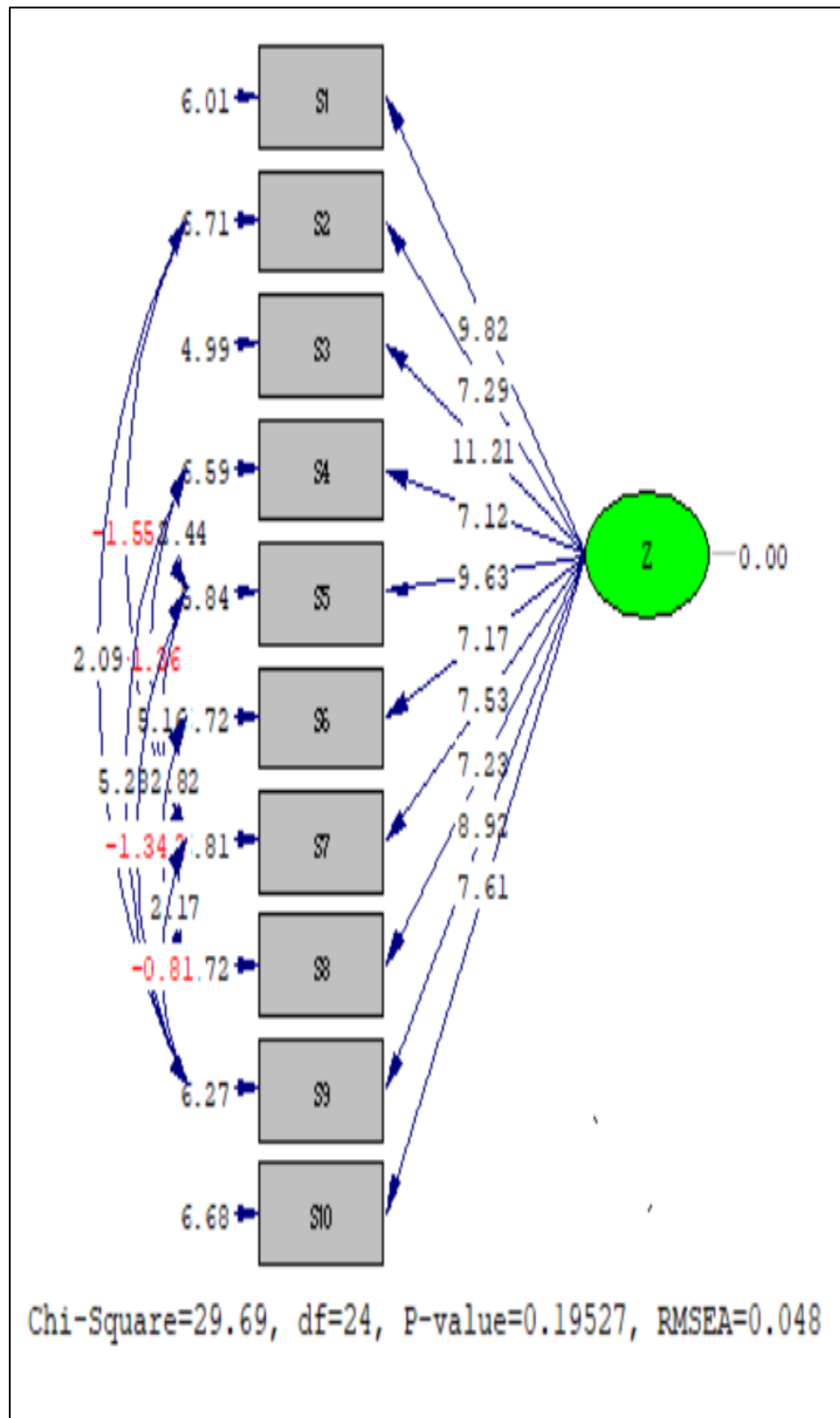
#### 4.1.4.3 *Confirmatory Factor Analysis (CFA) Konstruk Omzet Penjualan*

Konstruk Omzet Penjualan dibangun atas 2 indikator, yaitu mendapatkan laba dan modal. Berdasarkan hasil analisis data dengan

menggunakan *LISREL* 8.8, maka didapatkan ukuran kesesuaian model pengukuran konstruk Kepuasan Kerja sebagai berikut:



Gambar 4.9 Model (Standardized) CFA Konstruk Omzet Penjualan  
Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024



Gambar 4.10 Model (T- value ) CFA Konstruk Omzet Penjualan  
 Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Berdasarkan Gambar 4.9 dan Gambar 4.10 diatas, dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Ukuran Kesesuaian Model Pengukuran Omzet penjualan

Indikator	Ukuran yang Diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,048	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,98	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,88	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,96	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	1,00	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	1,00	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Marginal Fit adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran *absolute fit*, maupun *incremental fit*, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut, karena dekat dengan kriteria ukuran *good fit* (Hair et, al, 2010).

Tabel 4.5 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang good fit, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI, AGFI dan CFI. Hasil uji validitas model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* adalah:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Omzet Penjualan

Subkonstruk	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan
Mendapatkan laba	Z1	0,81	0,34	9,82	0,91	0,53	Valid dan Reliabel
	Z2	0,66	0,57	7,29			Valid dan Reliabel
	Z3	0,88	0,22	11,21			Valid dan Reliabel
	Z4	0,65	0,58	7,12			Valid dan Reliabel
	Z5	0,81	0,35	9,63			Valid dan Reliabel
modal	Z6	0,65	0,58	7,17			Valid dan Reliabel
	Z7	0,68	0,54	7,53			Valid dan Reliabel
	Z8	0,65	0,57	7,23			Valid dan Reliabel
	Z9	0,77	0,41	8,92			Valid dan Reliabel
	Z10	0,68	0,54	7,61			Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Kriteria CR dan VE adalah (Hair et, al, 2010):

- a. Composite Reliability Measure atau Construk reliability Measure (CR), atau disebut reliabilitas, dengan persyaratan nilai  $CR \geq 0,7$ .
- b. *Variance Extract Measure (VE)* atau ekstrak varian, dengan persyaratan harus memiliki nilai  $VE \geq 0,5$ .

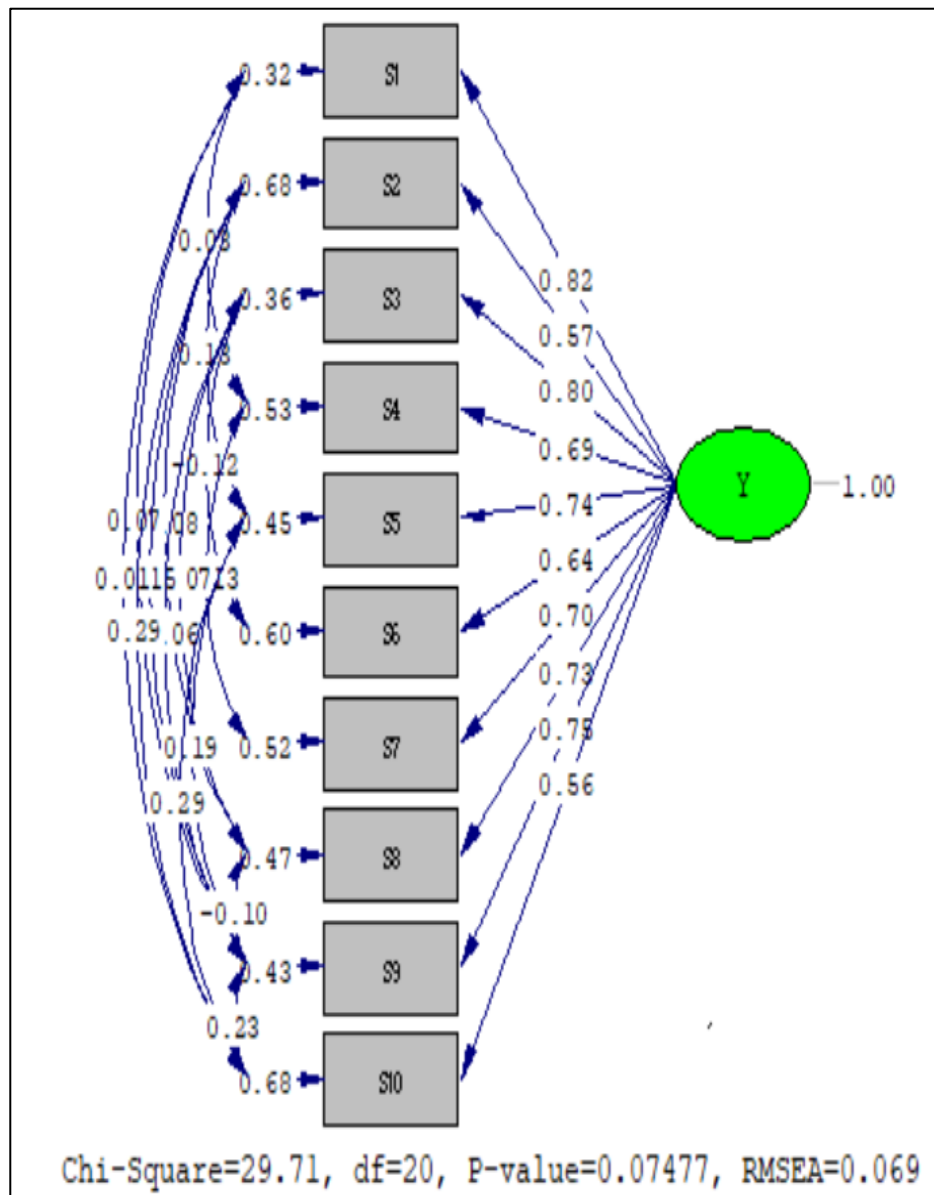
Berdasarkan Tabel 4.10 hasil olah data uji statistik validitas dan reabilitas semua indikator memiliki t-value  $\geq 1,96$  dan semua indikator memiliki standarized solution  $\geq 0,50$ , omzet penjualan memiliki nilai *construct reliability* (CR) 0,91 yang artinya lebih besar dari 0,70 ( $CR \geq 0,70$ ) dan nilai *variance extract* (VE) 0,53 lebih besar dari 0,50 ( $VE \geq 0,50$ ).

Maka dari hasil olah data dari 8 pertanyaan variabel omzet penjualan adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat disertakan dalam mengukur variabel yang diteliti.

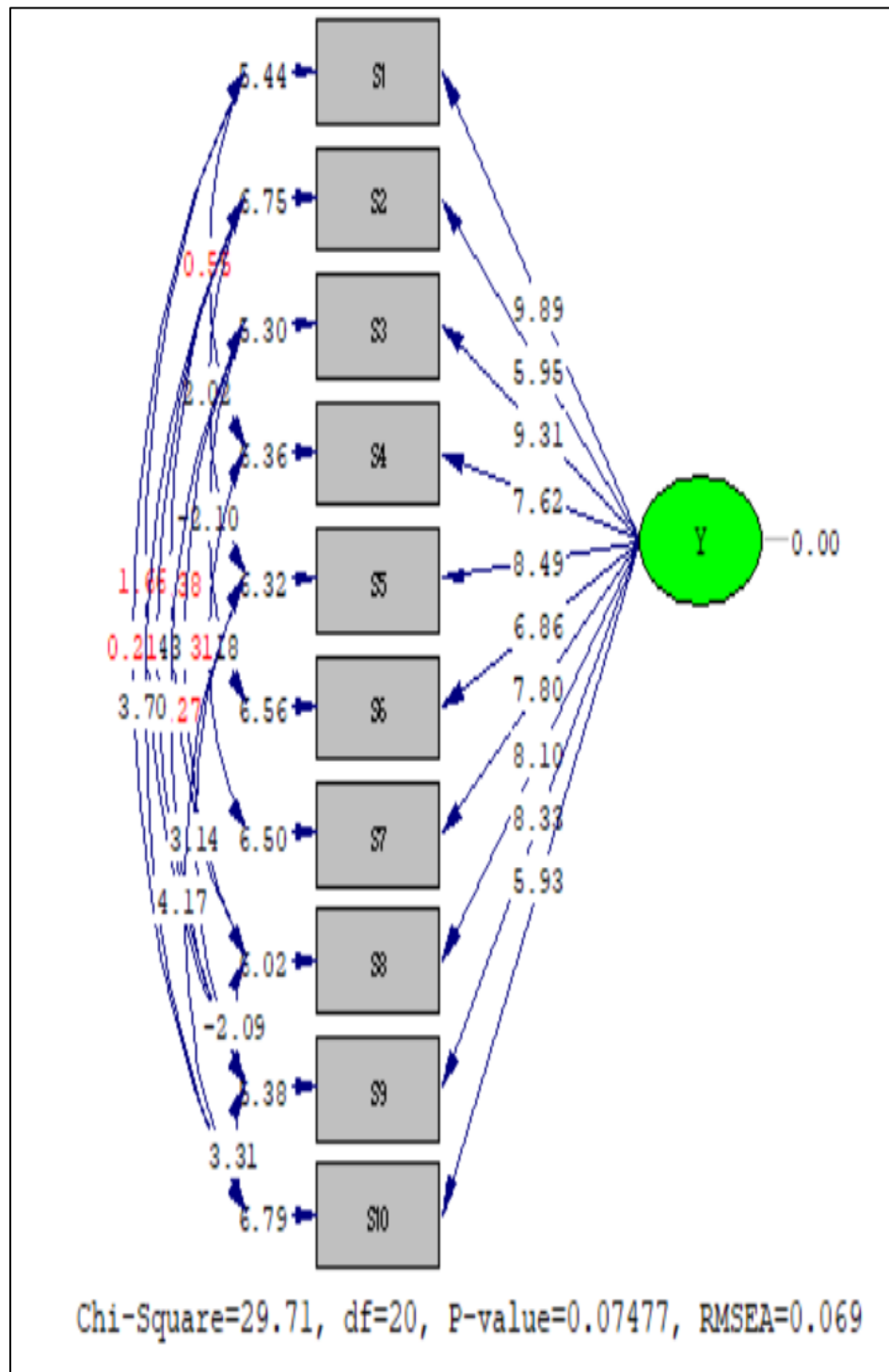


#### 4.1.4.4 *Confirmatory Factor Analysis (CFA) Konstruk Keberhasilan Usaha*

Konstruk Keberhasilan Usaha dibangun atas 2 indikator, yaitu laba dan jumlah karyawan. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *LISREL 8.8*, maka didapatkan ukuran kesesuaian model pengukuran konstruk Kepuasan Kerja sebagai berikut:



Gambar 4.11 Model (Standardized) CFA Konstruk Keberhasilan Usaha  
Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024



Gambar 4.12 Model (T-value ) CFA Konstruk Keberhasilan Usaha  
Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Berdasarkan Gambar 4.11 dan Gambar 4.12 diatas, dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Ukuran Kesesuaian Model Pengukuran Keberhasilan Usaha

Indikator GOF	Ukuran yang Diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	$GFI > 0,90$	0,95	<i>Good Fit</i>
RMSEA	$RMSEA < 0,08$	0,069	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	$NNFI > 0,90$	0,98	<i>Good Fit</i>
NFI	$NFI > 0,90$	0,97	<i>Good Fit</i>
AGFI	$AGFI > 0,90$	0,85	<i>Marginal Fit</i>
RFI	$RFI > 0,90$	0,94	<i>Good Fit</i>
IFI	$IFI > 0,90$	0,99	<i>Good Fit</i>
CFI	$CFI > 0,90$	0,99	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Marginal Fit adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran *absolute fit*, maupun *incremental fit*, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut, karena dekat dengan kriteria ukuran *good fit* (Hair et, al, 2010).

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang good fit, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI, AGFI dan CFI. Berdasarkan model pengukuran Confirmatory Factor Analysis (CFA) hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keberhasilan Usaha

Subkonstruksi	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan		
Laba	Y1	0,82	0,32	9,89	0,90	0,50	Valid dan Reliabel		
	Y2	0,57	0,68	5,95			Valid dan Reliabel		
	Y3	0,80	0,36	9,31			Valid dan Reliabel		
	Y4	0,69	0,53	7,62			Valid dan Reliabel		
	Y5	0,74	0,45	8,49			Valid dan Reliabel		
Jumlah Karya wan	Y6	0,64	0,60	6,86			0,90	0,50	Valid dan Reliabel
	Y7	0,70	0,52	7,80					Valid dan Reliabel
	Y8	0,78	0,47	8,10					Valid dan Reliabel
	Y9	0,78	0,43	8,33					Valid dan Reliabel
	Y10	0,56	0,68	5,93					Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Kriteria CR dan VE adalah (Hair et al, 2010):

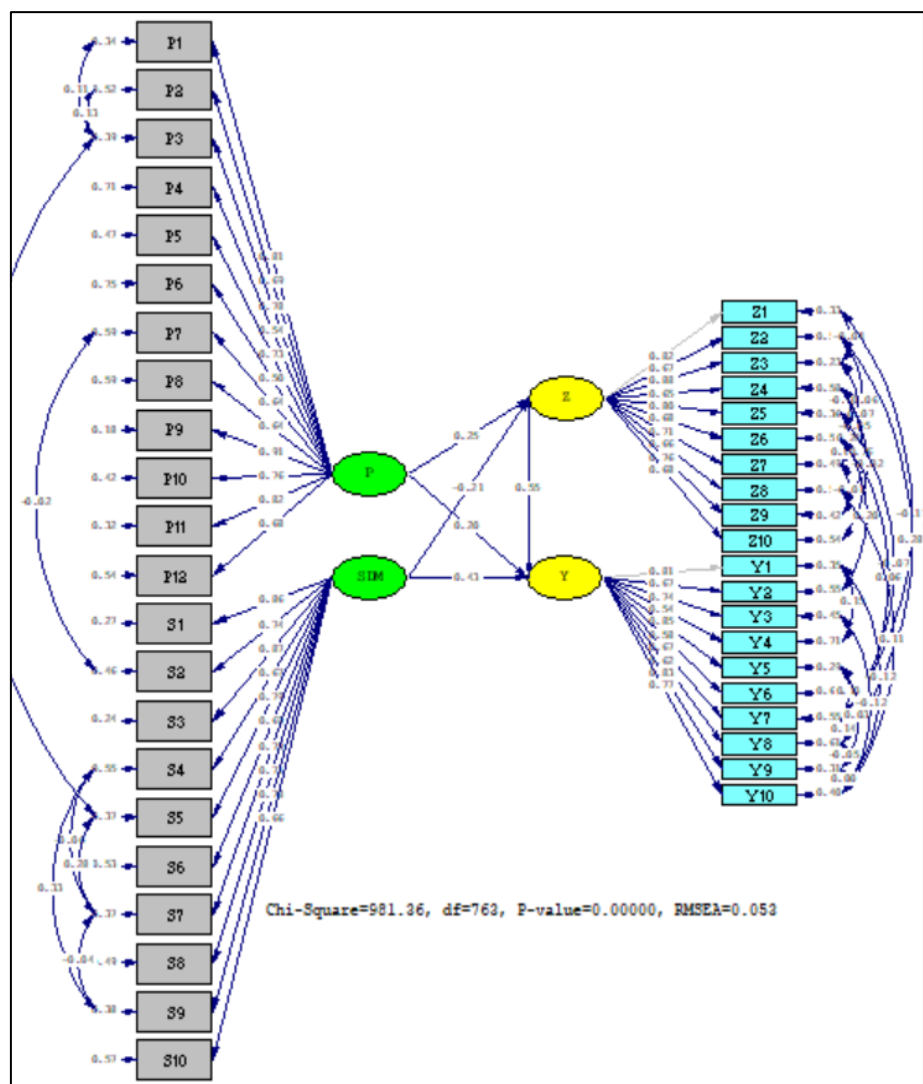
- a. *Composite Reliability Measure* atau *Construct reliability Measure (CR)*, atau sering disebut reliabilitas, dengan persyaratan nilai  $CR \geq 0,7$ .
- b. *Variance Extract Measure (VE)* atau ekstrak varian, dengan persyaratan harus memiliki nilai  $VE \geq 0,5$ .

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil olah data uji statistik validitas dan reabilitas semua indikator memiliki t-value  $\geq 1,96$  dan semua indikator memiliki standarized solution  $\geq 0,50$ , Kepuasan Kerja memiliki nilai *construct reliability (CR)* 0,90 yang artinya lebih besar dari 0,70 ( $CR \geq 0,70$ ) dan nilai *variance extract (VE)* 0,50 lebih besar dari 0,50 ( $VE \geq 0,50$ ).

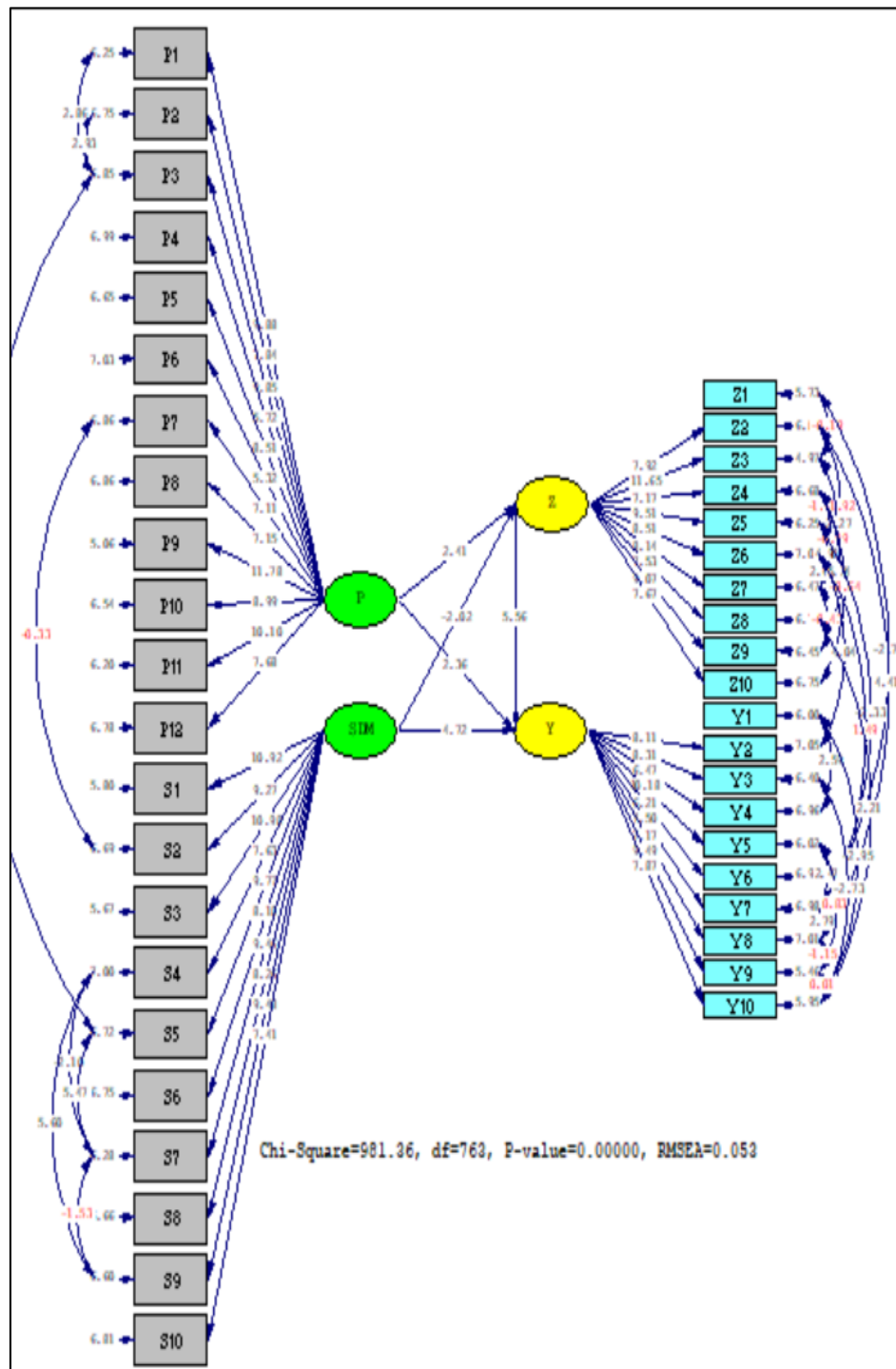
Maka dari hasil olah data dari 8 pertanyaan variabel Kepuasan Kerja adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen penelitian dan dapat disertakan dalam mengukur variabel yang diteliti.

#### 4.1.4.5 Confirmatory Factor Analysis (CFA) Model Keseluruhan (Full Model)

Pada tahap berikutnya adalah menggabungkan keempat konstruk untuk menghasilkan model *Hybrid (Full SEM)*, yang telah dianalisis sebelumnya pada setiap konstruk model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan uji kesesuaian (GOF), validitas dan reliabilitas yang baik pada setiap konstruk. Ukuran kesesuaian umum model hybrid adalah sebagai berikut berdasarkan hasil analisis data dengan Lisrel 8.8:



Gambar 4.13 Mode hybrid ( Full SEM) Standarized  
Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024



Gambar 4.14 Mode hybrid ( Full SEM) T-value

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Model Hybrid (full SEM) berdasarkan gambar 4.13 dan 4.14, dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.91 Kesesuaian Model Keseluruhan (*Hybrid Model*) SEM

Indikator	Ukuran yang Diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,69	<i>Marginal Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,053	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,87	<i>Marginal Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,63	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,85	<i>Marginal Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: *Marginal Fit* adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran *absolute fit*, maupun *incremental fit*, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut, karena dekat dengan kriteria ukuran *good fit* (Hair et, al, 2010).

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang *good fit*, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI, AGFI dan CFI. Langkah berikutnya adalah menganalisis model pengukuran *hybrid (full model)* untuk masing – masing variabel, yang dijelaskan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Analisis Pengukuran *Model Hybrid (Full Model)*

Subkonstrukt	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan				
Citarasa	P1	0,81	0,34	9,88	0,92	0,51	Valid dan Reliabel				
	P2	0,69	0,52	7,84			Valid dan Reliabel				
	P3	0,78	0,39	9,85			Valid dan Reliabel				
	P4	0,54	0,71	5,72			Valid dan Reliabel				
Kemasan	P5	0,73	0,47	8,51			0,92	0,51	Valid dan Reliabel		
	P6	0,50	0,75	5,32					Valid dan Reliabel		
	P7	0,64	0,59	7,11					Valid dan Reliabel		
	P8	0,91	0,59	7,15					Valid dan Reliabel		
Inovasi Produk	P9	0,91	0,18	11,78					0,92	0,51	Valid dan Reliabel
	P10	0,76	0,42	8,99							Valid dan Reliabel
	P11	0,82	0,32	10,10							Valid dan Reliabel
	P12	0,68	0,54	7,68							Valid dan Reliabel
Motivasi Usaha	SDM1	0,86	0,27	10,92	0,93	0,57					Valid dan Reliabel
	SDM2	0,74	0,46	9,27							Valid dan Reliabel
	SDM3	0,87	0,24	10,98							Valid dan Reliabel
	SDM4	0,67	0,55	7,62							Valid dan Reliabel
	SDM5	0,79	0,37	9,77			Valid dan Reliabel				
Lingkungan Kerja	SDM6	0,69	0,53	8,18			0,93	0,57			Valid dan Reliabel
	SDM7	0,79	0,37	9,46							Valid dan Reliabel
	SDM8	0,71	0,49	8,26							Valid dan Reliabel
	SDM9	0,78	0,38	9,48					Valid dan Reliabel		
	SDM10	0,66	0,57	7,41					Valid dan Reliabel		



Subkonstrukt	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan		
Mendapatkan Laba	Z1	0,82	0,33		0,92	0,54	Valid dan Reliabel		
	Z2	0,67	0,55	7,92			Valid dan Reliabel		
	Z3	0,88	0,23	11,68			Valid dan Reliabel		
	Z4	0,65	0,58	7,17			Valid dan Reliabel		
	Z5	0,80	0,36	9,51			Valid dan Reliabel		
Modal	Z6	0,68	0,54	8,51			0,91	0,51	Valid dan Reliabel
	Z7	0,71	0,49	8,14					Valid dan Reliabel
	Z8	0,66	0,56	7,53					Valid dan Reliabel
	Z9	0,76	0,42	9,07					Valid dan Reliabel
	Z10	0,68	0,54	7,67					Valid dan Reliabel
Laba	Y1	0,81	0,35		0,91	0,51			Valid dan Reliabel
	Y2	0,67	0,55	8,11					Valid dan Reliabel
	Y3	0,74	0,45	8,31					Valid dan Reliabel
	Y4	0,54	0,71	6,47					Valid dan Reliabel
	Y5	0,85	0,29	10,18					Valid dan Reliabel
Jumlah Karyawan	Y6	0,58	0,66	6,21			0,91	0,51	Valid dan Reliabel
	Y7	0,67	0,55	7,50					Valid dan Reliabel
	Y8	0,62	0,61	7,17					Valid dan Reliabel
	Y9	0,83	0,31	9,49					Valid dan Reliabel
	Y10	0,77	0,40	7,87					Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

Catatan: Kriteria CR dan VE adalah (Hair et, al, 2010):

- Composite Reliability Measure* atau *Construkt reliability Measure (CR)*, atau sering disebut reliabilitas, dengan persyaratan nilai  $CR \geq 0,7$ .
- Variance Extract Measure (VE)* atau ekstrak varian, dengan persyaratan harus memiliki nilai  $VE \geq 0,5$ .

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas diketahui bahwa indikator pembentukan variabel laten eksoge Produk, Sumber Daya Manusia dan Omzet Penjualan

serta variabel laten endogen Keberhasilan Usaha adalah baik, hal ini terlihat pada indikator mempunyai *standardized load factor* (SLF)  $\geq 0,5$  atau nilai *thitung*  $\geq 1,96$  (pada  $\alpha = 0,05$ ) (Hair, at.all., 2010).

Demikian pula variabel laten eksogen dan endogen mempunyai reliabilitas model yang baik, hal ini ditunjukkan oleh seluruh variabel dengan nilai *construct reliability* lebih besar dari 0,70 ( $CR > 0,70$ ) dan nilai *variance extract* lebih besar dari 0,50 ( $VE > 0,50$ ).

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten produk, menjadikan indikator cita rasa sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,91. Sementara setiap indikator memiliki nilai *standardized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,50. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel produk adalah sebesar 0,92 dan 0,51.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator signifikan dalam membentuk variabel laten produk dengan indikator cita rasa sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten produk.

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten sumber daya manusia, menjadikan indikator motivasi usaha sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,87 dan memiliki nilai *standarized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,66. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel sumber daya manusia adalah sebesar 0,93 dan 0,57.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator–indikator signifikan dalam membentuk variabel laten sumber daya manusia dengan indikator motivasi usaha sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten sumber daya manusia.

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten omzet penjualan, menjadikan indikator modal sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,88. Dan memiliki nilai *standarized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,65. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel omzet penjualan adalah sebesar 0,92 dan 0,54.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator signifikan dalam membentuk variabel laten omzet penjualan dengan indikator modal sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten omzet penjualan.

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten keberhasilan usaha, menjadikan indikator laba sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,85. Sementara indikator jumlah karyawan memiliki nilai *standardized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,54. *Construk reliability dan variance extract* variabel keberhasilan usaha adalah sebesar 0,91 dan 0,51.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator signifikan dalam membentuk variabel laten keberhasilan usaha dengan indikator laba sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten keberhasilan usaha

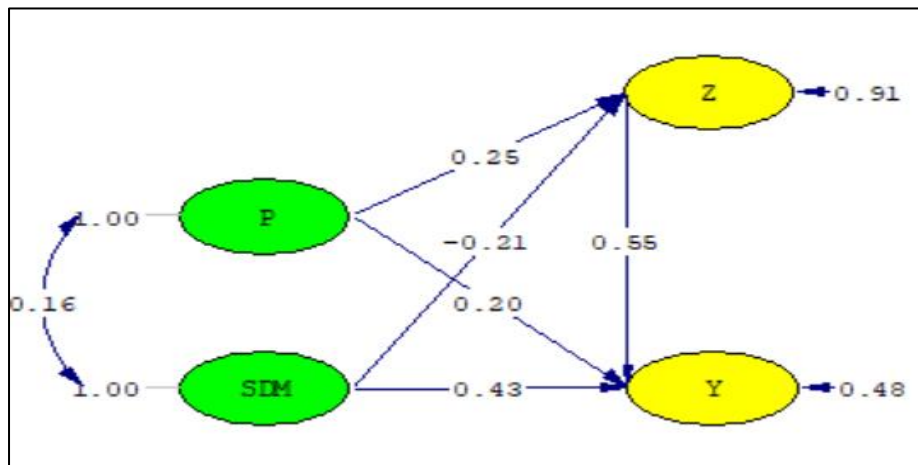
#### **4.1.5 Analisa Model Struktural**

Analisis model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten dengan variabel teramati. menurut latan (2018) variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung yang dapat berupa variabel laten endogen dan variabel laten eksogen.

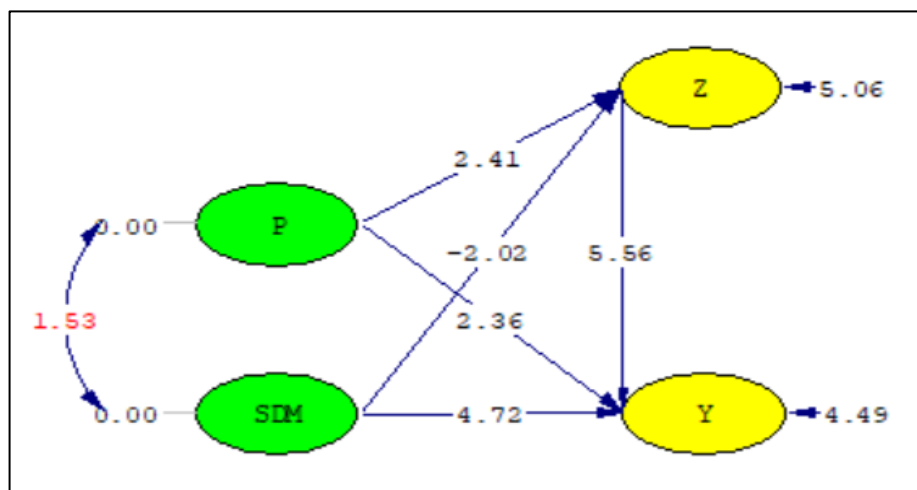
sedangkan menurut wijayanto (2018) variabel laten teramati merupakan variabel yang dapat diamati dan sering disebut sebagai indikator. Dalam tahap evaluasi ini bertujuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel laten untuk memperoleh gambaran keseluruhan. Dalam analisis model struktural terdapat dua bentuk pengujian yaitu uji kecocokan keseluruhan model (GOF) dan uji kesesuaian model struktural.

Pada uji kecocokan keseluruhan model memiliki keterikatan terhadap analisis Goodness of Fit (GOF) digunakan untuk menilai model yang sesuai atau fit pada pengolahan data. Sedangkan uji kesesuaian model struktural merupakan uji untuk menilai kualitas fit model dari persamaan struktural.

Berdasarkan analisis Lisrel 8.8 didapatkan model persamaan struktural secara keseluruhan sebagai berikut:



Gambar 4.15 Model Struktural (Standarized)  
 Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024



Gambar 4.16 Model Struktural (T-value)  
 Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

Structural Equations				
Z =	0.25*P	- 0.21*SDM,	Errorvar.=	0.91 , R <sup>2</sup> = 0.092
	(0.11)	(0.10)		(0.18)
	2.41	-2.02		5.06
Y =	0.55*Z	+ 0.20*P	+ 0.43*SDM,	Errorvar.= 0.48 , R <sup>2</sup> = 0.52
	(0.099)	(0.084)	(0.091)	(0.11)
	5.56	2.36	4.72	4.49

Gambar 4. 17 Hasil Secara Simultan  
 Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

Berdasarkan Gambar 4.15 dan Gambar 4.16 dapat dilihat adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil dari pengujian signifikansi dari hubungan antar variabel laten, atau lintasan antara dua variabel laten, dapat dilihat pada Tabel 4.11 di bawah.

Pada Tabel 4.11 dapat dilihat nilai koefisien yang dihasilkan beserta nilai *tvalue*. Apabila lintasan struktural memiliki nilai *tvalue* < 1,96, maka koefisien dari lintasan tersebut dinyatakan signifikan, dan apabila *tvalue* > 1,96, maka disimpulkan bahwa koefisien dari lintasan tidak signifikan.

Kemudian signifikansi secara simultan dapat dikatakan signifikan apabila *fhitung* > 2,45 dan tidak signifikan apabila *fhitung* < 2,45. Nilai dari 2,45 didapat dari *ftabel* dengan menggunakan 4 variabel penelitian dan 104 responden.

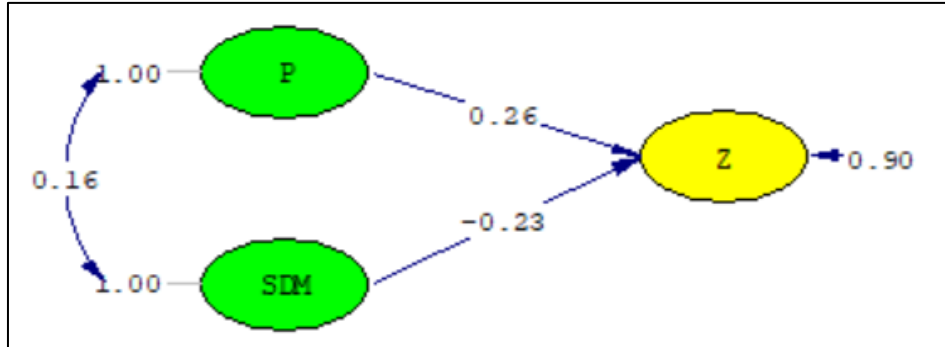
Tabel 4. 11 Signifikansi antar Variabel

No	Lintas Struktural	<i>t-value</i>	<i>t-table</i>	Hasil Uji
1	Produk => Keberhasialan Usaha	2,36	1,96	Signifikan
2	Sumber Daya Manusia => Keberhasialan Usaha	4,72	1,96	Signifikan
3	Produk => Omzet Penjualan	2,41	2,45	Signifikan
4	Sumber Daya Manusia => Omzet Penjualan	-2,02	1,96	Signifikan
No	Lintas Struktural	<i>tvalue</i>	<i>ttable</i>	Hasil Uji
5	Produk dan Sumber Daya Manusia => Omzet Penjualan	5,06	1,96	Signifikan
6	Omzet Penjualan => Keberhasialan Usaha	5,56	1,96	Signifikan
7	Produk, Sumber Daya Manusia, Omzet Penjualan => Keberhasialan Usaha	4,49	2,45	Signifikan

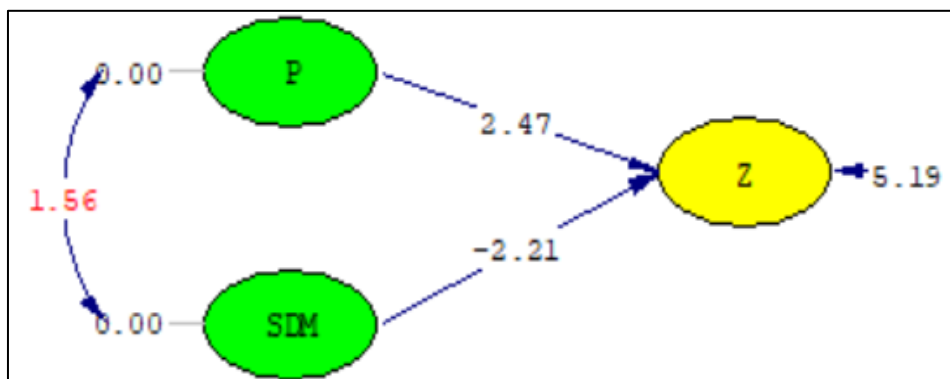
Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

#### 4.1.6 Pengujian Hipotesis

Langkah selanjutnya melakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:



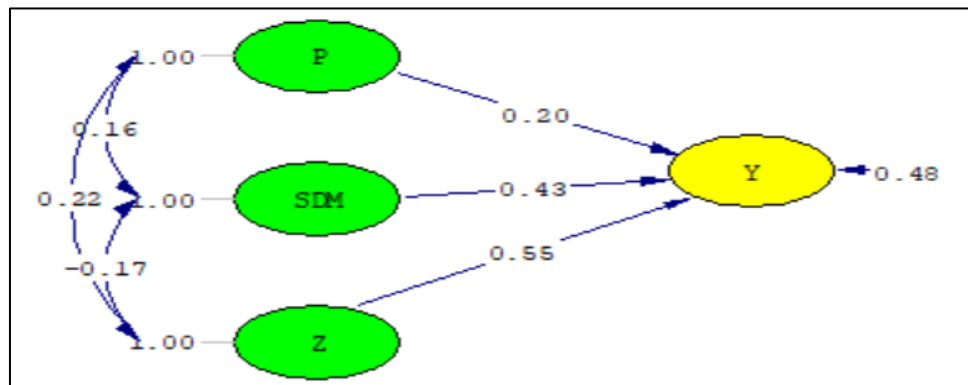
Gambar 4. 18 Model Sub Struktural 1 (Standardized)  
Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024



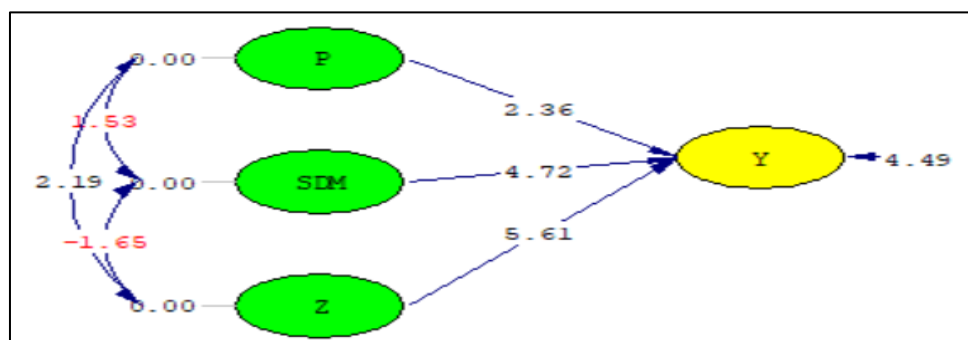
Gambar 4.19 Model Sub struktural 1 (T-value)  
Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

Structural Equations			
$Z = 0.26 * P - 0.23 * SDM, \text{ Errorvar.} = 0.90, R^2 = 0.100$			
	(0.10)	(0.10)	(0.17)
	2.47	-2.21	5.19

Gambar 4. 20 Hasil Secara Simultan Struktural 1  
Sumber : olah data Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024



Gambar 4. 21 Model Sub Struktural 2 (Standardized)  
Sumber : olah data Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024



Gambar 4. 22 Model Sub Struktural 2 (T-value)  
Sumber : olah data Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

Structural Equations				
$Y = 0.20 * P + 0.43 * SDM + 0.55 * Z, \text{ Errorvar.} = 0.48, R^2 = 0.52$				
	(0.084)	(0.091)	(0.098)	(0.11)
	2.36	4.72	5.61	4.49

Gambar 4. 23 Hasil Secara Simultan Struktural 2  
Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

#### 1. Pengaruh Produk terhadap Keberhasilan Usaha

Hipotesis pertama ( $H_a$ ) menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan Gambar 4.22 diketahui bahwa nilai *t*hitung lebih besar dibandingkan nilai *t*tabel yaitu sebesar  $2,36 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan tidak signifikan. Dengan demikian maka produk

terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 1 ( $H_a$ ) diterima.

2. Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Keberhasilan Usaha

Hipotesis kedua ( $H_a$ ) menyatakan bahwa sumber daya manusia berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan Gambar 4.22 diketahui bahwa nilai *thitung* lebih besar dibandingkan nilai tabel yaitu sebesar  $4,72 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka sumber daya manusia terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 2 ( $H_a$ ) diterima.

3. Pengaruh Produk Terhadap Omzet Penjualan

Hipotesis keempat menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap omzet penjualan. Berdasarkan Gambar 4.19 diketahui bahwa nilai *thitung* lebih besar dibandingkan nilai *ttabel* yaitu sebesar  $2,47 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 3 ( $H_a$ ) diterima.

4. Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Omzet Penjualan

Hipotesis kelima ( $H_a$ ) menyatakan bahwa sumber daya manusia berpengaruh terhadap omzet penjualan. Berdasarkan Gambar 4.19 diketahui bahwa nilai *thitung* lebih besar dibandingkan nilai *ttabel* yaitu sebesar  $-2,21 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka sumber daya manusia terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 4 ( $H_a$ ) diterima.

5. Pengaruh Produk dan Sumber Daya Manusia Terhadap Omzet Penjualan

Hipotesis ketiga ( $H_a$ ) menyatakan bahwa produk dan sumber daya manusia berpengaruh terhadap omzet penjualan. Berdasarkan Gambar 4.20 diketahui bahwa nilai *fhitung* lebih besar daripada *ftabel* yaitu sebesar  $5,19 > 2,45$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka



produk dan sumber daya manusia secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 5 ( $H_a$ ) diterima.

#### 6. Pengaruh Omzet Penjualan Terhadap Keberhasilan Usaha

Hipotesis keenam ( $H_a$ ) menyatakan bahwa omzet penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan Gambar 4.22 diketahui bahwa nilai *t*hitung lebih besar dibandingkan *t*tabel yaitu sebesar  $5,61 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka omzet penjualan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 6 ( $H_a$ ) diterima.

#### 7. Pengaruh Produk, Sumber Daya Manusia dan Omzet Penjualan Terhadap Keberhasilan Usaha

Hipotesis ketujuh ( $H_a$ ) menyatakan bahwa produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan Gambar 4.23 diketahui bahwa nilai *f*hitung lebih besar dibandingkan *f*tabel yaitu sebesar  $4,49 > 2,45$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan terbukti secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 7 ( $H_a$ ) diterima.

Produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan terhadap keberhasilan usaha secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis		Deskripsi Hipotesis	<i>tvalue</i> / <i>fvalue</i>	<i>ttable</i> / <i>fvalue</i>	Kesimpulan Statistik
H1	H <sub>a</sub>	Produk secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha	2,36	1,96	H <sub>a</sub> diterima Produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
H2	H <sub>a</sub>	Sumber daya manusia secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha	4,72	1,96	H <sub>a</sub> diterima Sumber daya manusia berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
H3	H <sub>a</sub>	Produk secara parsial berpengaruh terhadap omzet penjualan	2,47	1,96	H <sub>a</sub> diterima Produk berpengaruh terhadap omzet penjualan
H4	H <sub>a</sub>	Sumber Daya Manusia secara parsial berpengaruh terhadap omzet penjualan	-2,21	1,96	H <sub>a</sub> diterima Produk berpengaruh terhadap omzet penjualan
H5	H <sub>a</sub>	Produk dan Sumber daya manusia secara bersama-sama berpengaruh terhadap omzet penjualan	5,19	2,45	H <sub>a</sub> diterima Produk dan Sumber daya manusia berpengaruh terhadap omzet penjualan

Hipotesis		Deskripsi Hipotesis	$t_{value}$ / $f_{value}$	$t_{table}$ / $f_{table}$	Kesimpulan Statistik
H6	Ha	Omzet penjualan secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha	5,61	1,96	Ha diterima Omzet penjualan berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha
H7	Ha	Produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha	4,49	2,45	Ha diterima Produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

Sumber olah data: Hasil Olah data Lisrel 8.8, 2024

#### **4.1.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan Terhadap keberhasilan usaha**

Berdasarkan model hybrid dan hasil pengujian hipotesis di atas, maka besar pengaruh langsung dan tidak langsung variabel produk, sumber daya manusia terhadap omzet penjualan dan implikasinya terhadap keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Besar Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Keberhasilan Usaha

Pengaruh	Langsung (L) Terhadap Keberhasilan Usaha	Tidak Langsung (TL) Melalui Omzet Penjualan	Kesimpulan
Produk Terhadap keberhasilan	$(0,20)^2 \times 100 = 4\%$	$0,20 \times 0,55 \times 100 = 11\%$	TL > L ( <i>Mediating</i> )
SDM Terhadap Keberhasilan	$(0,43)^2 \times 100 = 18,49\%$	$0,43 \times 0,55 \times 100 = 23,65\%$	TL > L ( <i>Mediating</i> )

Sumber: Hasil olah data LISREL 8.8, 2024

1. Pengaruh langsung dan tidak langsung produk terhadap keberhasilan usaha.
  - a. Pengaruh langsung produk terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar  $(0,20)^2 \times 100 = 4\%$
  - b. Pengaruh tidak langsung produk terhadap keberhasilan usaha melalui omzet penjualan yaitu  $0,20 \times 0,55 \times 100 = 11\%$
  - c. Hasil presentase diatas menunjukkan bahwa produk dapat meningkatkan keberhasilan usaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui omzet penjualan. Dengan demikian variabel omzet penjualan merupakan variabel *mediating*.
2. Pengaruh langsung dan tidak langsung sumber daya manusia terhadap keberhasilan usaha
  - a. Pengaruh langsung Lingkungan Kerja Non fisik terhadap Kinerja Karyawan adalah sebesar  $(0,43)^2 \times 100 = 18,49\%$
  - b. Pengaruh tidak langsung sumber daya manusia terhadap keberhasilan usaha melalui omzet penjualan yaitu  $0,43 \times 0,55 \times 100 = 23,65\%$
  - c. Hasil persentase di atas menunjukkan bahwa sumber daya manusia dapat meningkatkan keberhasilan usaha baik secara langsung maupun

tidak langsung melalui omzet penjualan. Dengan demikian variabel omzet penjualan merupakan variabel not mediating.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar  $2,36 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka produk secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 1 ( $H_a$ ) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.

### **4.2.2 Sumber Daya Manusia Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel sumber daya manusia berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar  $4,72 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka sumber daya manusia secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 2 ( $H_a$ ) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.

### **4.2.3 Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Omzet Penjualan**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel produk berpengaruh terhadap omzet penjualan pengusaha opak di Cikembar

Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar 2,47 > 1,96, sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka produk secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 3 (Ha) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.

#### **4.2.4 Sumber Daya Manusia Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Omzet Penjualan**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel sumber daya manusia berpengaruh terhadap omzet penjualan pengusaha opak di Cikembar Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar -2,21 > 1,96, sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka sumber daya manusia secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 4 (Ha) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.

#### **4.2.5 Produk dan Sumber Daya Manusia Secara Simultan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Omzet Penjualan**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel produk dan sumber daya manusia berpengaruh terhadap omzet penjualan pengusaha opak di Cikembar Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar 5,19 > 2,45, sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka produk dan sumber daya manusia secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 5 (Ha) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa produk dan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.

#### **4.2.6 Omzet Penjualan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap keberhasilan usaha**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel omzet penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar  $5,61 > 1,96$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka omzet penjualan secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 6 ( $H_a$ ) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa omzet penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.

#### **4.2.7 Produk, Sumber Daya Manusia dan Omzet Penjualan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha**

Berdasarkan hasil analisis persepsi responden terhadap gambaran variabel produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi, dilihat dari nilai thitung lebih besar daripada ttable yaitu sebesar  $4,49 > 2,45$ , sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan secara parsial terbukti bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 7 ( $H_a$ ) diterima.

Dengan demikian fakta hasil penelitian berhasil membuktikan bahwa produk, sumber daya manusia dan omzet penjualan secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pengusaha opak di Cikembar Sukabumi.