

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA
(Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)**

SKRIPSI

**Oleh :
SARIPAH HUSNA
17.832.0049**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 15/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)15/12/21

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA
(Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Medan Area

Oleh :

SARIPAH HUSNA

17.832.0049



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 15/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)15/12/21

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA
(Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Medan Area

Oleh :

SARIPAH HUSNA

17.832.0049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 15/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)15/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)
Nama : SARIPAH HUSNA
NPM : 17.832.0049
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Hery Syahrial, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Dr. Hery Syahrial, SE., M.Si)

Dekan



(Wan Rizca Amelia, SE., M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 06/Agustus/2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 06 Agustus 2021



SARIPAH HUSNA

17.832.0049

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saripah Husna
NPM : 178320049
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Ardhina Batik Motif Medan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di : Medan

Pada Tanggal : 06 Agustus 2021

Yang menyatakan,

SARIPAH HUSNA

17.832.0049

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan, pada tanggal 03 Oktober 1998 dari Ayah Ismuar M Amin Dan Ibu Nilawati Daud, penulis merupakan putri pertama dari tiga bersaudara. Pada tahun 2017 penulis lulus dari SMK Negeri 06 Medan dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen di Universitas Medan Area (UMA).



ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Ardhina Batik Motif Medan)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada ardhina batik motif Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebar angket. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling/accidental sampling* dengan sampel para facebooker sebanyak 80 orang. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh penggunaan media sosial dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada ardhina batik motif Medan.

Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial, Kreativitas, Keberhasilan Usaha



ABSTRACT

The Effect of Social Media Use and Creativity on Business Success

(Case Study on Batik Ardhina Medan)

This study aims to examine the effect of using social media and creativity on business success on ardhina batik with Medan motifs. This type of research is quantitative associative research. The method of data collection in this study was done by distributing questionnaires. The sampling technique used in this study used convenience sampling/accidental sampling with a sample of 80 facebookers. By using multiple linear regression analysis, it is found that the use of social media and creativity has a positive and significant effect on business success in Medan batik motif ardhina.

Keywords: *Use of Social Media, Creativity, Business Success*



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh dengan segala kerendahan hati penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)”**. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan dukungan dalam bentuk doa maupun secara langsung dalam membantu penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ihsan Effendi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan Bidang Akademik
4. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan
5. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Kaprodi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area
6. Bapak Haryaji catur Putera Hasman, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi

Manajemen

7. Bapak Hery Syahrial, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktunya membimbing saya dan banyak memberikan masukan – masukan ilmu yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi saya dengan baik.
8. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu bersedia memberikan saya saran yang sangat berharga untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi saya.
9. Bapak Dahrul Siregar,SE,MSi, selaku Sekretaris yang bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri acara seminar proposal saya dan juga sidang saya.
10. Bapak Muslim Wijaya, SE, M.Si selaku Ketua Sidang yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan saran dan juga kritik dalam penyempurnaan skripsi penulis.
11. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
12. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Ismuar M Amin dan Ibunda Nilawati Daud yang telah membesarkan dan memberi dukungan baik moral dan material, selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan pendidikan ke Perguruan Tinggi.
13. Teman - teman pejuang skripsi : Indah, Sania, Juli, Mayang, Gofur dan teman – teman lainnya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

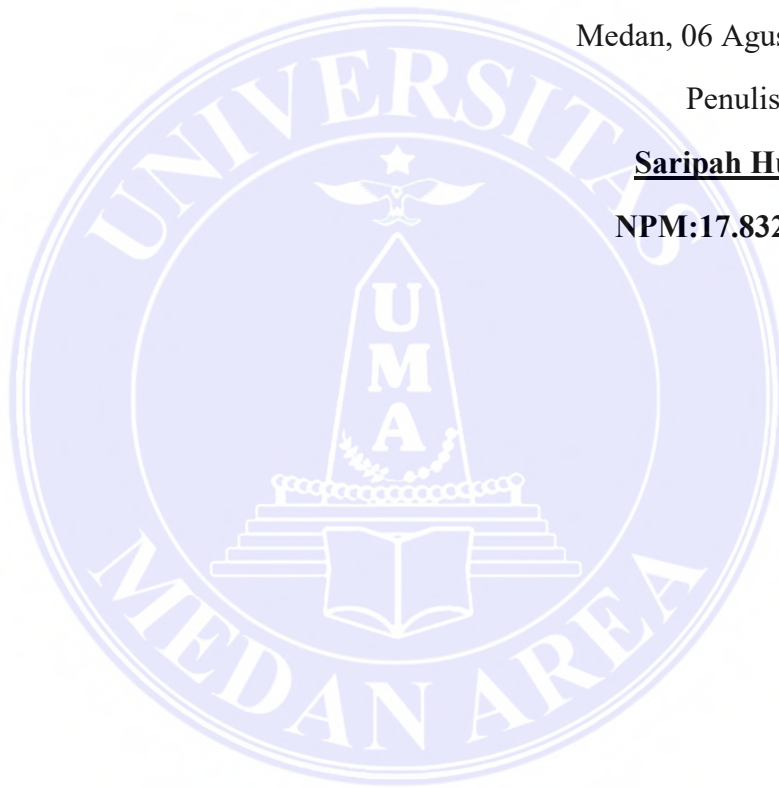
Penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang ada didalam penulisan skripsi ini, Oleh karena itu penulis menerima dalam segala kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta referensi untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Medan, 06 Agustus 2021

Penulis,

Saripah Husna

NPM:17.832.0391



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR	
TABEL.....	xivv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR	
LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	5
2.1 Keberhasilan Usaha.....	5
2.1.1 Pengertian keberhasilan usaha	5
2.1.2 Dimensi keberhasilan Usaha.....	5
2.1.3 Indikator Keberhasilan Usaha	6
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha	7
2.2 Penggunaan Media Sosial.....	7
2.2.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial	7
2.2.2 Dimensi Penggunaan Media Sosial.....	8
2.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial.....	9
2.3 Kreativitas	10

2.3.1	Pengertian Kreativitas	10
2.3.2	Dimensi Kreativitas.....	10
2.3.3	Indikator Kreativitas.....	11
2.4	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha.....	12
2.5	Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha.....	12
2.6	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha.....	12
2.7	Penelitian Terdahulu.....	13
2.8	Kerangka Konseptual.....	13
2.9	Hipotesis Penelitian.....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		15
3.1	Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
3.1.1	Jenis Penelitian.....	15
3.1.2	Lokasi Penelitian.....	15
3.1.3	Waktu Penelitian.....	16
3.2	Populasi Dan Sampel.....	16
3.2.1	Populasi.....	16
3.2.2	Sampel.....	17
3.3	Definisi Operasional.....	17
3.4	Jenis Dan Sumber Data.....	19
3.4.2	Sumber Data.....	19
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6	Teknik Analisis Data.....	22
3.6.1	Instrumen Penelitian.....	22
3.6.2	Asumsi Klasik.....	24
3.6.3	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Hasil Penelitian.....	31
4.1.1	Gambaran Umum Ardhina Batik Motif Medan.....	31
4.1.2	Stuktur Organisasi.....	31
4.1.3	Deskripsi Responden.....	32

4.2	Uji Instrumen Penelitian.....	32
4.2.1	Uji Validitas	32
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	34
4.3	Penyajian Jawaban Responden.....	37
4.4	Penyajian Data Responden.....	39
4.4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
4.4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.4.5	Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja	42
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	42
4.5.1	Uji Normalitas	42
4.6	Uji Multikolinieritas.....	45
4.7	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.8	Uji Hipotesis.....	48
4.8.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	48
	Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.9	Uji F (Simultan).....	49
4.10	Uji t (Parsial).....	50
4.11	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.11.1	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha.....	52
4.11.2	Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan usaha.....	53
4.11.3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		57
LAMPIRAN.....		61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penurunan Pendapatan Dan Penjualan	2
Tabel 2.1 Data penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Jadwal Rencana Penelitian	16
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	18
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket	22
Tabel 4.1 validitas penggunaan media sosial	33
Tabel 4.2 validitas kreativitas	33
Tabel 4.3 validitas keberhasilan usaha	34
Tabel 4.4 Reliabilitas Penggunaan Media Sosial	35
Tabel 4.5 Reliabilitas Kreativitas	36
Tabel 4.6 Reliabilitas Keberhasilan Usaha	36
Tabel 4.7 Jawaban Responden Penggunaan Media Sosial.....	37
Tabel 4.8 Jawaban Responden Kreativitas.....	38
Tabel 4.9 Jawaban Responden Keberhasilan Usaha	38
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Table 4.11 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Table 4.12 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Table 4.13 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Table 4.14 Responden Berdasarkan Lama Bekerja	42
Tabel 4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	44
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.17 Uji <i>Glejser</i>	47
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
Tabel 4.19 Uji F	49
Tabel 4.20 Uji t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	13
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	31
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	43
Gambar 4.3 <i>Probability Plot</i>	43
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2 Data Sampel Dan Variabel Penelitian	68
Lampiran 3 Output Hasil Uji Stastika.....	76
Lampiran 4 Output Hasil Penelitian.....	80
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	86
Lampiran 6 Surat Selesai Izin Penelitian	87



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut (Elbanna & Gherib, 2012) Kesuksesan suatu bisnis menjadi suatu tujuan seorang wirausaha. Untuk mencapai kesuksesan bisnis seorang wirausaha harus membuat strategi yang bagus seperti salah satunya pengembangan kompetensi, pengetahuan dan keunikan aset tak berwujud sehingga dapat mengembangkan bisnis dan berkelanjutan pada masa-masa yang akan datang.

Menurut (Fauzi, 2020) kesuksesan suatu wirausaha di tentukan oleh kreativitas dan inovasi. Menurut (Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, 2014) kesuksesan suatu wirausaha di tentukan oleh penggunaan media sosial dimana media sosial sangat penting karena dengan adanya media sosial produk suatu bisnis lebih dikenal orang banyak dan masyarakat luas. Ardhina Batik Motif Medan menggunakan media sosial berupa facebook dimana penggunaan media sosial facebook sebagai sarana promosi yang paling efektif karena enam dari sepuluh orang dewasa pengguna internet memiliki profil media sosial mereka sendiri, media sosial yang paling banyak dikunjungi orang adalah facebook.

Ardhina Batik Motif Medan berdiri sejak tahun 2010 Ardhina Batik Motif Medan bergerak dibidang usaha batik. Ardhina Batik Motif Medan adalah salah satu usaha yang memproduksi serta sekaligus menjual batik. Yang mempunyai daya tarik dan keunikan tersendiri karena batik pada umumnya terkenal dipulau Jawa Ardhina Batik menonjolkan khas Medan dengan mempunyai motif

Sumatera seperti motif tepak payung dari Melayu, motif gorga dari Batak, motif kopi Sidikalang, dan sebagainya. Setelah penulis melakukan survey terdahulu pada ardhina batik motif medan maka di peroleh hasil yang berkaitan dengan keberhasilan usaha yaitu adapun fenomena yang terjadi pada Ardhina Batik Motif Medan yaitu adanya penurunan volume penjualan yang sangat drastis yang mengakibatkan pendapatan berkurang pada tahun 2020-2021 sampai Maret, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1 Data Penurunan Pendapatan Dan Penjualan

No.	Keterangan	Tahun	Penurunan (%)
1.	Volume Penjualan Dan Pendapatan	2020	80%
2.	Volume Penjualan Dan Pendapatan	2021	30%

Sumber: Hasil observasi dari objek penelitian

Penurunan volume penjualan dan pendapatan dari masalah diatas berakibat keberhasilan usaha tidak sesuai dengan harapan. Oleh sebab itu peneliti ingin membuat sebuah model faktor-faktor yang akan/dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

Ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha Menurut (Fauzi, 2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kesuksesan suatu bisnis di tentukan oleh kreativitas dan inovasi dan menurut (Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, 2014) dalam penelitiannya mengatakan bahwa penggunaan media sosial sangat penting karena dengan adanya media sosial produk suatu bisnis lebih dikenal orang banyak dan masyarakat luas. Hasil penelitian mereka menunjukkan

terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul: **“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka yang menjadi perumusan masalah dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha ardhina batik motif Medan ?
2. Apakah kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha ardhina batik motif Medan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha ardhina batik motif Medan.
2. Untuk menguji apakah kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha ardhina batik motif Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis, untuk menambah pengetahuan dan pemahaman untuk diri sendiri yang berhubungan khususnya dengan faktor penggunaan media sosial dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha Ardhina Batik Motif medan.
2. Bagi perusahaan adalah kita ingin memberi bahan masukan dalam meningkatkan variabel dependen yaitu keberhasilan usaha dengan cara meningkatkan variabel independen yaitu penggunaan media sosial dan kreativitas pada usaha Ardhina Batik Motif Medan.
3. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta memberi informasi sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin meneliti masalah ini sehingga dapat menambah referensi perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1 Pengertian keberhasilan usaha

Menurut (Suryana, 2013b) mengungkapkan bahwa untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Suatu perusahaan atau bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat keuntungan atau laba.

Menurut (Kasmir, 2011) keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya.

Menurut (Noor, 2007) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada dasarnya merupakan suatu kemajuan dari suatu bisnis dalam hal mencapai tujuannya, dimana segala aktivitas didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

2.1.2 Dimensi keberhasilan Usaha

Menurut (Kosasih, 2019) menyatakan bahwa “untuk menjadi wirausaha yang sukses seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang”. Adapun langkah (dimensi) menuju sukses atau berhasil sebagai wirausaha dalam usahanya sebagai berikut :

- a) Adanya visi dan tujuan yang jelas;
- b) Ketersediaan untuk mengambil resiko uang dan waktu;
- c) Perencanaan yang terorganisir;
- d) Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya;
- e) Pengembangan ikatan yang baik antara dengan karyawan, pelanggan, pemasok, dan lainnya;
- f) Tanggungjawab terhadap keberhasilan atau kegagalan. Keberhasilan usaha diidentikkan dengan perkembangan usaha.

2.1.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut (Widayanti, 2015) indikator keberhasilan usaha sebagai berikut:

a) Modal

Uang yang dipakai sebagai pokok atau induk untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya, harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

b) Pendapatan

Jumlah uang yang didapat oleh pelaku usaha dari aktifitasnya, kebanyakan dari penjualan produk atau jasa kepada pelanggan.

c) Volume penjualan

Jumlah penjualan yang berhasil didapatkan ataupun yang ingin didapatkan oleh pelaku usaha dalam jangka waktu tertentu.

d) Output Produksi

Adanya produk yang dihasilkan suatu usaha atau yang ingin dicapai dalam waktu tertentu.

e) Tenaga Kerja

Penduduk dalam usia kerja, mereka yang sedang mencari pekerjaan, mereka yang bersekolah, dan mereka yang mengurus rumah tangga.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Untuk mencapai keberhasilan usaha banyak faktor yang mempengaruhinya. Menurut (Nwokah & Aeenee, 2017) faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah penggunaan media sosial (facebook, twiter, dan youtube).

(Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, 2014) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah penggunaan media sosial (facebook). (Permadi & Winarti, 2019) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah media sosial dan akseibilitas pasar.

Penelitian yang dilakukan (Fauzi, 2020) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah *Entrepreneurial Attitude, innovation, and creativity*. (Novita Ekasari dan Nurhasanah, 2018) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah lokasi dan kreativitas.

2.2 Penggunaan Media Sosial

2.2.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial

Menurut (Kotler, 2016) media sosial adalah sebagai alat atau cara yang dilakukan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya.

Menurut (Nasrullah, 2015) media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi informasi, berkomunikasi dengan yang lainnya dan membentuk ikatan sosial.

Menurut (Puntoadi, 2011) media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah perkumpulan. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan *visual* maupun *audiovisual*. Contohnya seperti *twitter, facebook, blog*, dan lainnya.

2.2.2 Dimensi Penggunaan Media Sosial

Menurut (Unisma et al., 2019) dimensi penggunaan media sosial ada 4 yaitu sebagai berikut:

1. *Context “How we frame stories”*. Ini yang mempunyai arti cara agar sebuah cerita atau informasi bisa dibentuk dengan penggunaan bahasa ataupun isi dari cerita tersebut.
2. *communication “the practice of sharing our story as listening, responding, and growing”*. Merupakan pengguna mendapat kenyamanan dan pesan dari informasi atau cerita bisa berhasil akan disampaikan dengan menambah respon, mendengarkan dan bahkan menambahkan gambar. dapat berhasil disampaikan oleh informasi atau cerita dengan mendengarkan, menambahkan respons, dan menambahkan gambar.

3. *Collaboration* “*working together to make and more efficient and effective*”. Makna nya adalah pengguna media sosial dan perusahaan kolaborasi yang baik.
4. *Connection* “*the relationships we forge and maintain*”. Merupakan pengguna dan perusahaan yang menggunakan media sosial harus mempertahankan hubungan yang terjalin agar dapat berlangsung selama terus-menerus sehingga pengguna dapat lebih dekat dengan perusahaan.

2.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial

Menurut (Praditya, 2019) indicator keberhasilan usaha sebagai berikut:

1. Partisipasi, memberikan kontribusi serta umpan balik dari setiap orang-orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens.
2. Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran, voting, komentar, dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan
3. Perbincangan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara “dua arah”.
4. Komunitas, media sosial memungkinkan terjadinya komunitas-komunitas secara cepat serta berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan.
5. Keterhubungan, sebagian besar media sosial semakin maju lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.

2.3 Kreativitas

2.3.1 Pengertian Kreativitas

Menurut (Rusdiana, 2014) kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan gagasan baru dan menciptakan cara baru untuk melihat masalah dan kesempatan.

Menurut (Suryana, 2013a) bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru.

Menurut (Munandar, 2012) Kreativitas adalah sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberi gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan baru antara unsur yang sudah ada sebelumnya.

2.3.2 Dimensi Kreativitas

Menurut (Suchayawati, 2019) dimensi kreativitas sebagai berikut:

1. Definisi kreativitas dalam Dimensi Person. Definisi pada dimensi person merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif.
2. Definisi kreativitas dalam Dimensi Proses. Definisi pada dimensi proses adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berfikir sehingga memunculkan ide-ide unik dan kreatif.
3. Definisi kreativitas dalam Dimensi Produk. Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah kolaborasi atau penggabungan yang inovatif.

4. Definisi kreativitas dalam Dimensi Press Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan, baik dorongan internal (diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif), maupun dorongan eksternal dan lingkungan sosial dan psikologis.

2.3.3 Indikator Kreativitas

Menurut (Ritonga & Girsang, 2020) indikator kreativitas sebagai berikut:

1. Ingin tahu
Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti explorasi, investigasi dan belajar, terbukti dengan pengamatan pada spesies hewan dan manusia.
2. Optimis
Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha kearah kemajuan dan kejayaan.
3. Flexible
Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok.
4. Mencari solusi dari masalah
Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan suatu masalah.
5. Orisinal
Orisinal adalah keaslian dan ciri khas menyangkut ide dan gagasan seseorang atau tidak menghilangkan identitas produk.

2.4 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha

Penelitian yang menunjukkan pengaruh penggunaan media sosial terhadap keberhasilan usaha telah dilakukan oleh (Nwokah & Aeenee, 2017) dengan objek penelitian di Rivers State , (Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, 2014) dengan objek penelitian di Zimbabwe, dan (Permadi & Winarti, 2019) dengan objek penelitian di Kabupaten Seruyan hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap keberhasilan usaha.

2.5 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Penelitian yang menunjukkan kreativitas terhadap keberhasilan usaha telah dilakukan oleh (Fauzi, 2020) dengan objek penelitian di CV. Celbym dan Yeiko, dan (Novita Ekasari dan Nurhasanah, 2018) dengan objek penelitian di UMKM di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha.

2.6 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

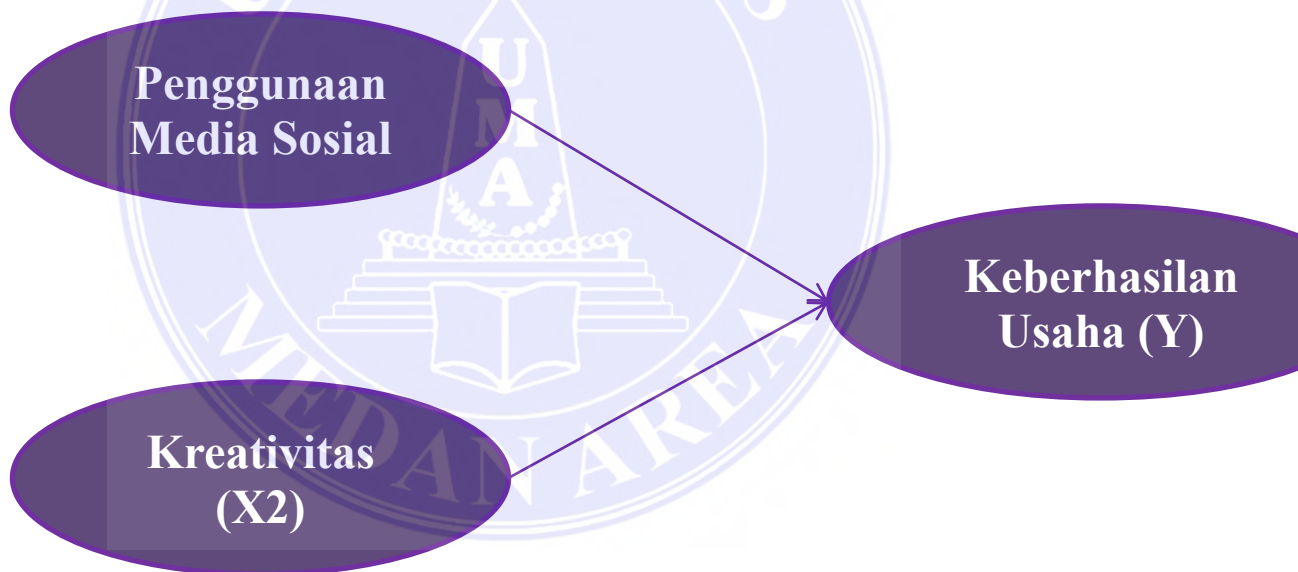
Penelitian yang menunjukkan penggunaan media sosial dan kreativitas telah dilakukan oleh (Nwokah & Aeenee, 2017), (Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, 2014), (Permadi & Winarti, 2019), (Fauzi, 2020), dan (Novita Ekasari dan Nurhasanah, 2018) hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Data penelitian Terdahulu

No	Variabel independen	Variabel dependen	Hasil Penelitian	Reference / sumber
1	Penggunaan Media Sosial	Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap keberhasilan usaha.	(Nwokah & Aeenee, 2017) (Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, 2014) (Permadi & Winarti, 2019)
2	Kreativitas	Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian mereka menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha.	(Fauzi, 2020) (Novita Ekasari dan Nurhasanah, 2018)

2.8 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini memiliki dua hipotesis sebagai berikut :

1. Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Definisi metode penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2017) yaitu : “ Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.” Hasil penelitian ini dapat membangun teori yang dapat membangun teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

3.1.2 Lokasi Penelitian

lokasi penelitian akan di laksanakan di Ardhina Batik Motif Medan Jl.Bersama Gg. Musyawarah No. 02 medan kelurahan bantan kecamatan medan tembung.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan pada bulan September 2020 sampai dengan bulan April 2021. Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian.

Tabel 3.1 Jadwal Rencana Penelitian

Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2020 - 2021																
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agustus					
1	Observasi	■																
2	Pengumpulan Data	■	■															
3	Wawancara	■	■	■														
4	Seminar Proposal				■	■												
5	Pengambilan Data					■	■											
6	Evaluasi dan Analisa						■	■										
7	Koreksi							■	■									
8	Persetujuan Pembimbing								■	■								
9	Seminar Hasil									■	■							
10	Penyelesaian Skripsi											■	■					
11	Sidang Skripsi																■	■

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna facebook (facebooker) yang berkenan mengisi angket/*questional* yang diberikan peneliti.

3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Jumlah sampel yang diambil di tetapkan oleh peneliti melalui jumlah sampel dari penelitian pada literature penelitian sebelumnya yaitu berjumlah 80 responden (facebooker).

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *convenience sampling/accidental sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dianggap cocok sebagai sumber data.

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Defenisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini defenisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 3.2 Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	Keberhasilan Usaha (Y)	Menurut (Merdekawati & Rosyanti, 2020) mengatakan bahwa keberhasilan usaha itu sendiri dapat ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, meningkatnya jumlah produksi, meningkatnya keuntungan atau laba serta usaha yang selalu berkembang.	(Widayanti, 2015) indikator keberhasilan usaha sebagai : a. Modal b. Pendapatan c. Volume penjualan d. Output produksi e. Tenaga kerja	Likert
2.	Penggunaan Media Sosial (X ₁)	(Shabbir et al., 2016) Mengemukakan bahwa media sosial digunakan oleh para pengusaha sebagai alat pemasaran karena melalui alat ini mereka dapat membangun dengan cepat jaringan pendukung yang sangat penting untuk pertumbuhan bisnis.	(Praditya, 2019) indikator dari media sosial adalah sebagai berikut : 1. Partisipasi 2. Keterbukaan 3. Perbincangan 4. Komunitas 5. Keterhubungan	Likert
3.	Kreativitas (X ₂)	(Novita Ekasari dan Nurhasanah, 2018) Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang.	(Ritonga & Girsang, 2020) indikator kreativitas sebagai berikut : a. Ingin tahu b. Optimis c. Flexible d. Mencari solusi e. Orisinil	Likert

3.4 Jenis Dan Sumber Data

3.4.1.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Pengertian data kuantitatif menurut (Kotler, 2011) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data untuk mendapatkan data – data maupun informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka peneliti ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu:

3.4.2.1 Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2017) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data eksternal dimana data didapat melalui penyebaran kuesioner.

a. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti langsung terjun kelapangan guna mendapatkan jawaban responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Dengan membagikan kuesioner kepada semua pelanggan ardhina batik motif medan yang bersedia menjadi responden dan memenuhi kriteria yang ditetapkan. Data diukur dengan skala *Likert*, yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel ditetapkan sebagai titik ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

3.4.2.2 Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut (Sugiyono, 2017) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literature dan buku-buku perpustakaan atau data-data yang diperoleh dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu:

a. Studi Kepustakaan

Data yang diperoleh dalam studi kepustakaan ini adalah buku-buku, karya ilmiah, serta pendapat para ahli yang memiliki relevansi terhadap penelitian yang dilakukan.

b. Studi Dokumen

Data diperoleh melalui catatan-catatan atau dokumen yang ada di lokasi penelitian yang relevan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang di bahas.

2. Penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung ke lokasi usaha, seperti berikut:

- a. Observasi, yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung pada objek yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait guna mendapat data yang menunjang penelitian.
- c. Kuesioner (angket), yaitu Teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pernyataan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Kuesioner yang dibagikan berupa daftar pernyataan. Kuesioner (angket) merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien

bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pernyataan.

Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2017) Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang di teliti dengan cara pemberian skor. Berdasarkan defenisi operasional variabel, kemudian dikembangkan menjadi instrument penelitian untuk mengukur variabel yang di teliti. Pengukuran variabel penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang disebar kepada responden.

Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner maka perlu di lakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji

reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan menguji apakah kuesioner yang disebarakan adalah valid dan reliabel, maka penelitian ini akan melakukan kedua uji ini terhadap instrument penelitian (kuesioner).

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur bukan mengukur yang lain. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh keusioner tersebut.

Uji validitas mengkorelasikan skor tiap butir pernyataan dengan skor total yang merupakan jumlah dari setiap skor butir pernyataan. Apabila terdapat butir pernyataan yang tidak memenuhi syarat maka butir pernyataan tersebut tidak dapat diteliti lebih lanjut.

Untuk menguji validitas instrument, penelitian melakukan uji signifikan dengan melihat penampilan output SPSS. Berikut kriteria hasil pengujiannya:

- a. Jika nilai probabilitas atau $\text{sig} < 0,05$, maka butir pernyataannya atau indikator tersebut dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengambilan data.
- b. Jika nilai probabilitas atau $\text{sig} > 0,05$, maka butir pernyataannya atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid atau tidak layak digunakan dalam pengambilan data.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala alpha *Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai alpha *Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel.
2. Nilai alpha *Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel.
3. Nilai alpha *Cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
4. Nilai alpa Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
5. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

3.6.2 Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2018) Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang di peroleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka ada kondisi atau syarat-syarat tersebut dikenal dengan suatu uji yang disebut uji asumsi klasik.

Menurut (Sugiyono, 2017) Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan bisanya standar *error*, jika terdapat multikolinieritas , maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-

pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu dengan melihat tampilan grafik histogram, apabila grafik menunjukkan pola data terdistribusi secara normal, bentuk kurva pada histogram memiliki bentuk seperti lonceng. Namun bila dilihat grafik histogram memberikan pola yang sedikit menceng kekiri atau kanan, dapat dikatakan variabel pengganggu atau residual mendekati distribusi normal.

Kemudian untuk lebih memastikan hasil analisis, uji normalitas penelitian ini juga dapat dilihat dengan *normal probability plot*. Grafik *normal probability plot* menggambarkan bahwa apabila data mendekati distribusi normal terlihat data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis atau grafiknya. Meskipun data sedikit keluar garis dan kemudian mengikuti kembali garis diagonalnya, maka data observasi dikatakan mendekati distribusi normal.

Pengujian normalitas juga dapat menggunakan metode *kolmogrov-Smirnov*. Bedanya, output yang dihasilkan *Kolmogrov-Smirnov* berupa tabel. Menurut (Santoso, 2012) Pendapat untuk pedoman pengambilan keputusan data-

data yang mendekati atau merupakan distribusi normal pada metode *Kolmogrov-Smirnov* dapat diukur melalui:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi data normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal

Hipotesis yang digunakan:

1. H_0 : data residual berdistribusi normal
2. H_a : data residual tidak berdistribusi normal

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas adalah situasi adanya variabel-variabel bebas diantara satu sama lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0,95), maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas.

3. Melihat nilai tolerance dan variance inflatiom faktor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

3.6.2.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2018) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari satu residual dari pengamatan satu kepengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Menurut (Ghozali, 2018) cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik Scatterplot. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi/ bebas heteroskedastisitas.

Menurut (Ghozali, 2018) analisis dengan grafik *plot* masih belum cukup menjamin keakuratan hasil, untuk itu uji heteroskedastisitas juga dapat di deteksi melalui uji *glejser* dengan membandingkan nilai signifikansi yang ditetapkan, namun jika nilai probabilitas atau *sig* < dari 0,05 maka telah terindikasi heteroskedastisitas.

3.6.3 Uji Hipotesis

3.6.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap nol.

3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
- b) Kriteria keputusan :
 1. Uji Kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 2. Uji Kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$

3.6.3.3 Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat keyakinan

(*significance level*) 95% atau 0,05 ($\alpha = 5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas atau Sig. < 0,05 maka hipotesis diterima. Ini berarti bahwa secara individual variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai probabilitas atau Sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara individual variabel bebas tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
3. Jika nilai probabilitas atau Sig. < 0,05 maka hipotesis diterima. Ini berarti bahwa secara individual variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
4. Jika nilai probabilitas atau Sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara individual variabel bebas tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Selain itu, dalam pengujian signifikan parsial, pada tabel sudah terdapat analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari keadaan (naik turunnya) nilai variabel dependen, apabila variabel-variabel independent sebagai *predictor* dimanipulasi nilainya (Sugiyono, 2017). Untuk menganalisis regresi linier berganda dibutuhkan paling sedikit dua variabel independent. Model regresi menurut (Sugiyono, 2017) dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keberhasilan Usaha

X₁ = Penggunaan Media Sosial

X₂ = Kreativitas

β_0 = konstanta

$\beta_{1,2}$ = koefisien Regresi

e = Standar eror (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah penulis susun, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan. Nilai positif ditunjukkan oleh nilai beta penggunaan media sosial pada tabel uji t sebesar 0,630 dan signifikan ditunjukkan dengan nilai sig penggunaan media sosial sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil penelitian kreativitas berpengaruh positif dan signifikan. Nilai positif ditunjukkan oleh nilai beta kreativitas pada tabel uji t sebesar 0,197 dan signifikan ditunjukkan dengan nilai sig kreativitas $0,034 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil atau analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha
 - a. Untuk penggunaan media sosial pelaku usaha perlu menambahkan media sosial yang lain seperti instagram, youtube, whatsapp dan lainnya. Pelaku usaha perlu memaksimalkan pemanfaatan media sosial yaitu dengan menerima saran dari konsumen mengenai produk ataupun pelayanan untuk meningkatkan penjualan produk dan membuat konsumen merasa senang. Selain itu kritikan yang diberikan konsumen melalui media sosial juga harus dapat ditanggapi secara bijak.
 - b. Untuk kreativitas pelaku usaha harus menyesuaikan produk yang akan dibuat sesuai dengan keinginan konsumen agar berhasil dipasarkan. Dalam hal ini pelaku usaha harus selalu mencari tahu tentang perubahan selera pasar yang sedang terjadi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, Pada penelitian ini peneliti hanya menguji pengaruh variabel penggunaan media sosial dan kreativitas. Oleh sebab itu, saran peneliti untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan variasi variabel independen lain yang mempengaruhi variabel dependen.
3. Bagi Perguruan Tinggi, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universita Diponogoro.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan. (edisi revisi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods) (4th ed.)*. Alfabeta.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Munandar, U. (2012). *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial*. Raja Grafindo Persada.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. PT. Alex Komputindo.
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT.Elex Komputindo.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana. (2013a). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Salemba Empat.
- Suryana. (2013b). *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Rineka Cipta Media.

JURNAL PENELITIAN

- Elbanna, S., & Gherib, J. (2012). Miller's environmental uncertainty scale: An extension to the Arab world. *International Journal of Commerce and Management*, 22(1), 7–25.
- Fauzi, M. dan T. D. S. 2. (2020). The Effect Of Entrepreneurial Attitudes, Innovation And Creativity On Business Success In The Garment Industry (Cv. Celbym And Yeiko). *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(6), 125–131.
- Kosasih, K. (2019). Analisis Tentang Pengaruh Pelatihan dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Usaha Mitra Binaan PT Karya Masyarakat Mandiri Dompot Dhuafa Republika. *Jurnal Soshum Insentif*, 104–112.
- Merdekawati, E., & Rosyanti, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Bogor). *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 5(2), 165–174.
- Musungwini Samuel, Zhou Tinashe G, Z. M. and R. C. (2014). Harnessing Social Media for Business Success . Case Study of Zimbabwe. *International Journal of Computer Science and Business Informatics IJCSBI.ORG*, 11(1), 80–89.
- Novita Ekasari dan Nurhasanah. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(2008), 121.
- Nwokah, N. G., & Aeenee, F. L. (2017). Social Media Marketing and Business

- Success of Automobile Dealers in Rivers State. *American Journal of Industrial and Business Management*, 07(12), 1298–1319.
- Permadi, R., & Winarti, L. (2019). the Role of Social Media on Market Accessibility and the Business Success of Fish Crackers Industry At Seruyan Regancy. *Jurnal Agribest*, 3(1), 68.
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *Jurnal Semarak*, 2(1), 31–43.
- Ritonga, J., & Girsang, R. M. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 1(1), 31–39.
- Shabbir, M. S., Ghazi, M. S., & Mehmood, A. R. (2016). Impact of Social Media Applications on Small Business Entrepreneurs. *Management and Economics Research Journal*, 02(October), 1.
- Sucahyawati, A. H. K. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Hummansi*, 2(1), 25–36.
- Unisma, F. E., Khoiro, O. F., Rachma, N., Hufron, M., & Manajemen, P. (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Warung Siji House and Resto Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 140–153.
- Widayanti, E. F. dan R. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Kripik Tempe Sanan Malang. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Manajemen*, 22(1), 50–59.



LAMPIRAN

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
(Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)**

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat saya Saripah Husna(178320049), mahasiswa UMA (Universitas Medan Area), fakultas ekonomi dan bisnis, dan program studi manajemen dalam rangka pengumpulan data untuk penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediaannya untuk menjawab/mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang ada di bawah ini. Jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/I berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah saja.

Jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/I berikan sangat berguna sekali untuk penyelesaian skripsi saya dan saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/I berikan.

A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (✓) pada bagian identitas responden dan pada jawaban Bapak/Ibu Saudara/I yang sesuai atas pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju (diberi nilai 1)

TS = Tidak Setuju (diberi nilai 2)

KS = Kurang Setuju (diberi nilai 3)

S = Setuju (diberi nilai 4)

SS = Sangat Setuju (diberi nilai 5)

B. DATA RESPONDEN

1. Nama :

2. Umur : 20 - 24 Tahun 25 - 34 Tahun

35 - 44 Tahun > 45 Tahun

3. Jeniskelamin : Pria Wanita

4. Pendidikan : SMA/SMK S1

D1/D2/D3 Lain-Lain

5. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa Karyawan

Ibu Rumah Tangga

6. Lama Bekerja: < 1 Tahun 1-2 Tahun

3-4 tahun > 5 Tahun

C. DAFTAR PERTANYAAN

No.	Referensi	Adaptasi	STS	TS	KS	S	SS
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL (X1)							
PARTISIPASI							
1	sering membuat komentar atau berbagi pengalaman dengan teman-teman tentang produk dan layanan yang saya telah digunakan melalui platform media sosial.	Wirausaha dapat mengetahui produk yang diinginkan konsumen melalui saran yang diberikan konsumen di media sosial serta dapat langsung memberi tanggapan.					
KETERBUKAAN							
2	merasa bebas menuangkan konten dan ide dalam pada platform media sosial.	Bebas menuangkan konten dan ide pada media sosial semenarik mungkin.					
PERBINCANGAN							

3	berbagi pengalaman baik saya dengan teman-teman saya tentang membeli produk atau memperoleh informasi pada platform media sosial.	Media sosial dapat dijadikan sarana untuk menerima kritik dan saran dari konsumen dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan penjualan.					
KOMUNITAS							
4	berbagi konten dari platform media sosial lain dan posting di satu platform media sosial melalui link.	Berbagi konten melalui link sehingga banyak masyarakat yang mengenal usaha dan produk kita dapat mempengaruhi keuntungan.					
KETERHUBUNGAN							
5	Sering menggunakan identitas media sosial yang sama untuk login pada	Dapat menghubungkan berbagai Media sosial yang sama dengan satu akun yang bisa					

	platform media sosial yang berbeda.	menghubungkan penjual dan pembeli tanpa ada batasan jarak sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran.				
KREATIVITAS (X2)						
RASA INGIN TAHU						
6	Act of turning new and imaginative ideas into reality is essential.	Rasa ingin tahu dan mencoba sesuatu yang baru dan kreatif berdampak pada berhasilnya usaha.				
OPTIMIS						
7	Being creative enables entrepreneurs to more successfully manage business in new and ambiguous situations.	Optimis yang dimiliki seorang wirausaha menentukan sikap berhasil dalam mengelolah bisnis.				
FLEXIBLE						

8	Creativity is necessary in ability to find capital, team members or markets.	Seorang wirusaha harus mengikuti perubahan selera konsumen terhadap produk yang dihasilkan.					
MENCARI SOLUSI DARI MASALAH							
9	Permission to do things creatively by paying deaf ears to mockery and mimicry.	Mencari solusi yang bagus dari sebuah masalah adalah Kemampuan menyelesaikan masalah salah satu kunci sukses dengan kreativitas.					
ORISINIL							
10	Ability to find unique solutions is the key to success with creativity.	Seorang wirausaha mempertahankan ciri khas produk yang dimiliki sebagai suatu keunggulan usaha.					
KEBERHASILAN USAHA (Y)							

MODAL							
11	Usaha mengalami peningkatan modal.	Jumlah modal menentukan keberhasilan usaha.					
PENDAPATAN							
12	Usaha mengalami peningkatan pendapatan.	Jumlah pendapatan mempengaruhi suatu usaha berhasil atau tidak.					
VOLUME PENJUALAN							
13	Usaha mengalami peningkatan volume penjualan.	Semakin meningkat penjualannya maka suatu usaha semakin sukses.					
OUTPUT PRODUKSI							
14	Usaha mengalami peningkatan jumlah produksi.	Jumlah produksi harus sesuai target.					
TENAGA KERJA							
15	Usaha mengalami peningkatan jumlah karyawan.	Pertambahan dan kualitas tenaga kerja mempengaruhi					

		jalannya usaha.	sebuah					
--	--	--------------------	--------	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 2 DATA SAMPEL DAN VARIABEL PENELITIAN

NO	USIA	GENDER	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	LAMA BEKERJA
1	22	Wanita	SMK	Mahasiswa	3 Thn
2	23	Wanita	S1	Karyawan	4 Thn
3	27	Pria	SMA	Karyawan	4 Thn
4	22	Wanita	S1	Karyawan	2 Thn
5	34	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	4 Thn
6	28	Wanita	S1	Karyawan	4 Thn
7	34	Wanita	S1	Karyawan	4 Thn
8	33	Wanita	S1	ibu Rumah Tangga	4 Thn
9	33	Pria	S1	Karyawan	4 Thn
10	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
11	33	Wanita	S1	ibu Rumah Tangga	2 Thn
12	33	Pria	SMA	Karyawan	4 Thn
13	36	Wanita	SMA	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
14	35	Wanita	SMK	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
15	42	Pria	D3	Karyawan	2 Thn
16	36	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
17	44	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
18	24	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
19	36	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
20	38	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
21	44	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
22	44	Wanita	SMA	Karyawan	> 5 Thn
23	44	Pria	SMA	Karyawan	> 5 Thn
24	45	Pria	SMK	Karyawan	> 5 Thn
25	45	Wanita	SMK	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
26	45	Wanita	SMK	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
27	45	Pria	SMK	Karyawan	> 5 Thn
28	45	Wanita	SMA	Karyawan	> 5 Thn
29	46	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
30	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
31	22	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	7 Thn
32	24	Pria	SMK	Karyawan	> 5 Thn
33	43	Wanita	SMK	Karyawan	> 5 Thn
34	43	Wanita	SMA	Karyawan	> 5 Thn
35	43	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
36	43	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
37	44	Wanita	D3	Karyawan	> 5 Thn
38	23	Wanita	D3	Karyawan	> 5 Thn
39	44	Wanita	SMP	Karyawan	> 5 Thn

40	44	Pria	SMP	Karyawan	> 5 Thn
41	34	Pria	SMP	Karyawan	> 5 Thn
42	26	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
43	26	Wanita	D3	Karyawan	> 5 Thn
44	33	Wanita	SMP	Karyawan	> 5 Thn
45	44	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
46	32	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	7 Thn
47	26	Wanita	S1	karyawan	> 5 Thn
48	26	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
49	26	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
50	26	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
51	26	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
52	26	Wanita	D3	Karyawan	> 5 Thn
53	26	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
54	26	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
55	34	Wanita	SMP	Karyawan	> 5 Thn
56	34	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
57	34	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	7 Thn
58	34	Wanita	D3	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
59	34	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
60	24	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
61	34	Wanita	D3	Karyawan	> 5 Thn
62	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
63	24	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
64	26	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
65	34	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
66	34	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
67	23	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
68	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
69	26	Pria	SMP	Karyawan	> 5 Thn
70	26	Wanita	D3	Karyawan	> 5 Thn
71	34	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
72	34	Wanita	D3	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
73	33	Pria	D3	Karyawan	> 5 Thn
74	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
75	24	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
76	24	Wanita	S1	Karyawan	> 5 Thn
77	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
78	34	Wanita	S1	Ibu Rumah Tangga	6 Thn
79	33	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn
80	24	Pria	S1	Karyawan	> 5 Thn

DATA PENELITIAN

NO	PENGUNAAN MEDIA SOSIAL					TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	4	4	5	23
2	5	4	5	5	5	24
3	4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	5	22
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	5	4	4	21
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	4	4	4	22
17	5	5	5	5	5	25
18	4	5	4	5	4	22
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	5	4	4	21
24	5	5	5	5	5	25
25	5	4	5	4	5	23
26	4	4	4	4	4	20
27	4	5	5	4	5	23
28	5	5	4	4	4	22
29	4	4	4	4	4	20
30	5	4	5	4	4	22
31	5	4	5	4	4	22
32	5	5	4	5	5	24
33	5	5	5	5	5	25
34	4	5	5	4	5	23
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	4	20
37	4	5	5	4	5	23
38	5	5	5	4	5	24
39	4	4	5	4	4	21
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	5	4	5	22
42	4	5	5	5	4	23

43	5	4	5	4	4	22
44	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	4	4	20
46	5	4	4	5	4	22
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	4	4	5	23
49	4	4	5	4	4	21
50	4	4	5	4	4	21
51	4	5	5	4	5	23
52	5	5	5	5	5	25
53	5	4	4	5	4	22
54	4	4	4	4	4	20
55	4	5	4	5	5	23
56	5	5	4	5	5	24
57	5	5	5	5	4	24
58	4	4	4	4	4	20
59	5	4	5	5	4	23
60	4	5	4	5	4	22
61	5	4	5	4	4	22
62	4	5	5	4	5	23
63	5	5	5	5	5	25
64	4	4	5	5	4	22
65	5	5	5	4	4	23
66	4	4	5	4	4	21
67	4	4	5	4	4	21
68	4	4	5	4	4	21
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	4	5	5	24
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	5	5	25
73	5	4	5	5	5	24
74	5	5	4	5	5	24
75	4	5	4	4	5	22
76	4	4	5	5	4	22
77	5	5	5	5	5	25
78	4	5	5	4	4	22
79	4	4	5	4	4	21
80	5	5	5	5	5	25

NO	KREATIVITAS					TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	5	4	5	4	22
2	5	4	5	5	5	24
3	4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	5	24
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	4	5	5	24
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	5	5	5	24
12	5	5	5	5	5	25
13	5	4	4	4	4	21
14	4	4	5	5	5	23
15	4	5	4	5	4	22
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	4	20
18	5	4	5	4	5	23
19	5	5	5	5	4	24
20	4	5	5	5	5	24
21	5	4	4	5	4	22
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	5	4	4	21
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	4	5	5	24
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	4	5	5	24
28	5	5	4	4	4	22
29	4	5	4	5	5	23
30	5	5	4	4	5	23
31	5	5	4	5	5	24
32	4	5	5	5	5	24
33	5	5	5	5	5	25
34	4	5	4	5	5	23
35	5	5	4	4	5	23
36	5	5	4	5	5	24
37	4	4	4	5	4	21
38	5	4	5	4	5	23
39	4	4	4	5	4	21

40	5	5	4	5	5	24
41	5	5	5	5	4	24
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	5	4	4	21
54	5	5	4	4	4	22
55	4	5	4	5	5	23
56	5	5	4	4	4	22
57	5	5	5	5	5	25
58	4	4	5	4	4	21
59	5	4	5	5	4	23
60	4	5	4	4	5	22
61	4	4	5	4	4	21
62	5	4	5	5	5	24
63	5	4	5	5	4	23
64	5	5	5	4	4	23
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	5	5	5	5	4	24
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	25
76	4	4	4	4	4	20
77	5	5	5	5	5	25
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25

NO	KEBERHASILAN USAHA					TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	5	5	5	24
2	4	4	4	5	5	22
3	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	4	5	24
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	5	21
18	4	5	4	4	4	21
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	4	5	4	4	5	22
24	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	4	4	22
26	4	4	4	4	4	20
27	4	5	5	4	5	23
28	5	5	5	5	5	25
29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	5	5	5	25
31	4	5	4	5	5	23

32	4	4	4	4	4	20
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	5	5	5	23
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	4	20
37	5	5	5	5	5	25
38	4	5	5	4	5	23
39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	4	5	5	24
41	5	4	4	5	5	23
42	5	4	5	5	5	24
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	5	5	4	5	4	23
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	5	4	5	22
49	4	4	5	5	4	22
50	4	5	4	4	5	22
51	4	5	5	5	5	24
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	5	4	4	21
54	4	4	4	4	4	20
55	4	5	5	4	5	23
56	5	5	5	4	5	24
57	4	4	5	5	5	23
58	4	5	5	4	4	22
59	5	4	5	5	4	23
60	4	5	4	4	5	22
61	5	4	4	5	4	22
62	5	4	5	4	5	23
63	5	5	4	5	5	24
64	5	4	5	4	5	23
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	5	5	4	5	5	24
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	5	4	5	22
70	4	5	5	5	5	24
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	4	5	5	23
74	5	5	5	5	5	25
75	4	5	4	4	4	21
76	4	4	4	4	4	20
77	5	5	5	5	5	25

78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	20
80	5	5	5	5	5	25

LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIKA

Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	Penggunaan Media Sosial
N	Valid	80	80	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0	0	0

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	38	47.5	47.5	47.5
	SS	42	52.5	52.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	37	46.3	46.3	46.3
	SS	43	53.8	53.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

x1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	28	35.0	35.0	35.0
Valid SS	52	65.0	65.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

x1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	42	52.5	52.5	52.5
Valid SS	38	47.5	47.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

x1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	39	48.8	48.8	48.8
Valid SS	41	51.3	51.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Statistics

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Kreativitas
N Valid	80	80	80	80	80	80
Missing	0	0	0	0	0	0

x2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	36	45.0	45.0	45.0
Valid SS	44	55.0	55.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	34	42.5	42.5	42.5
SS	46	57.5	57.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	40	50.0	50.0	50.0
SS	40	50.0	50.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	32	40.0	40.0	40.0
SS	48	60.0	60.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	38	47.5	47.5	47.5
SS	42	52.5	52.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Statistics

	y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	Keberhasilan Usaha
N Valid	80	80	80	80	80	80
Missing	0	0	0	0	0	0

y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	43	53.8	53.8	53.8
SS	37	46.3	46.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	33	41.3	41.3	41.3
SS	47	58.8	58.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	34	42.5	42.5	42.5
SS	46	57.5	57.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	37	46.3	46.3	46.3
SS	43	53.8	53.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S	29	36.3	36.3	36.3
SS	51	63.8	63.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Lampiran 4 Output Hasil Penelitian

Data SPSS 20

Uji Validitas

Uji Validitas Penggunaan Media Sosial

Pernyataan	Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
P1	,766**	,000<0,05	Valid
P2	,771**	,000<0,05	Valid
P3	,508**	,000<0,05	Valid
P4	,749**	,000<0,05	Valid
P5	,803**	,000<0,05	Valid

1. Uji Validitas Kreativitas

Pernyataan	Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
P6	,754**	,000<0,05	Valid
P7	,765**	,000<0,05	Valid
P8	,684**	,000<0,05	Valid
P9	,805**	,000<0,05	Valid
P10	,823**	,000<0,05	Valid

2. Uji Validitas Kreativitas

Pernyataan	Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
P11	,804**	,000<0,05	Valid
P12	,762**	,000<0,05	Valid
P13	,756**	,000<0,05	Valid
P14	,807**	,000<0,05	Valid
P15	,818**	,000<0,05	Valid

Data SPSS 20**Uji Reliabilitas**

1. Variabel Penggunaan Media Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	5

2. Variabel Kreativitas

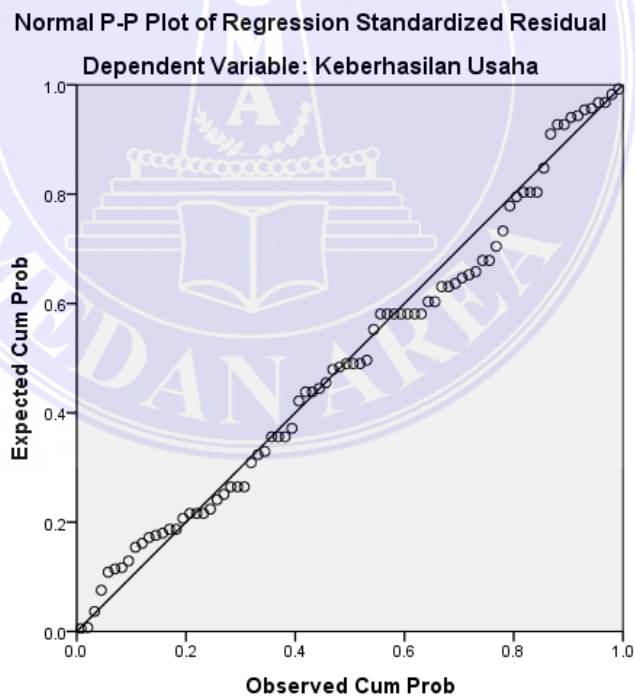
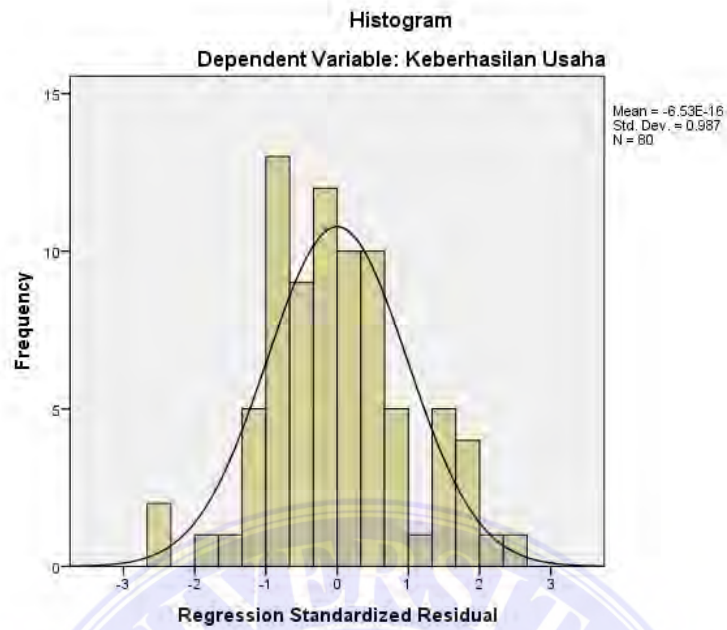
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	5

3. Variabel Keberhasilan Usaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	5



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Abs_Res
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.1543
	Std. Deviation	.93582
	Absolute	.123
Most Extreme Differences	Positive	.123
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175

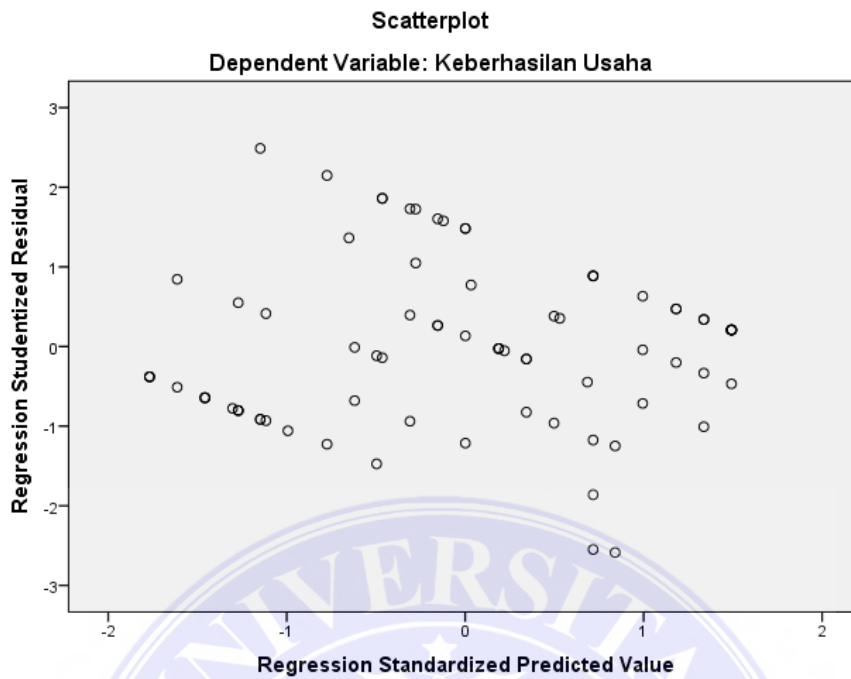
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	4.020	2.680		1.500	.138	
	Penggunaan Media Sosial	.630	.097	.578	6.500	.000	.953 1.050
	Kreativitas	.197	.091	.192	2.159	.034	.953 1.050

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.419	.404	1.511

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Penggunaan Media Sosial

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.017	2	63.509	27.819	.000 ^b
	Residual	175.783	77	2.283		
	Total	302.800	79			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Penggunaan Media Sosial

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.020	2.680		1.500	.138
1 Penggunaan Media Sosial	.630	.097	.578	6.500	.000
Kreativitas	.197	.091	.192	2.159	.034

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



Lampiran 5 Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas.ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 916/FEB FEB.1/01.1/II/2021
Lamp. :
Perihal : **Izin Research / Survey**

02 Februari 2021

Kepada, Yth Pimpinan
Kantor Ardhina Batik Motif Medan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapakan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : SARIPAH HUSNA
N P M : 178320049
Program Studi : MANAJEMEN
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan)

Untuk diberi izin Research / Survey di Instansi yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research / Survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bid. Akademik



Teddi Rihadi, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 6 Surat Selesai Izin Penelitian

ARDHINA BATIK MOTIF MEDAN

JL. BERSAMA GG. MUSYAWARAH NO.2 BANTAN, KECAMATAN MEDAN TEMBUNG, KOTA
MEDAN, SUMATERA UTARA, MEDAN 20224

Hal : Pemberitahuan Selesai Riset

Kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Di :

Medan

Dengar Hormat,

Dengan ini kami informasikan bahwa mahasiswa saudara

Nama : SARIPAH HUSNA

Npm : 178320049

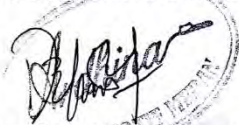
Program study : MANAJEMEN

Telah selesai melakukan penelitian di Ardhina Batik Motif Medan dengan judul pengaruh penggunaan media sosial dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha . Ardhina Batik Motif Medan yang berlangsung mulai tanggal 10 februari 2020 sampai dengan 30 maret 2021.

Dalam melaksanakan penelitian yang bersangkutan berperilaku baik dan sopan.

Demikian surat ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ardhina Batik Motif Medan



ROHAYAT EDY GUNAWAN

OWNER