

## BAB IV

### DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Profil dan Visi Misi Usaha

###### a. Profil dan Visi Misi Usaha Café manifestesco

Nama usaha	: Café Manifestesco
Pemilik café	: Ahmad Maghfur
Alamat café	: Jalan Jalmak, Kabupaten Pamekasan
Bentuk usaha	: Kafe
Tanggal berdiri	: 20 April 2019
No. Telp	: 082113528580
Sosial media	: Instragram; manifestesco
Motto café	: Kopi, buku, dan ide

**Visi** : Manifestesco menjadi café yang tidak sebatas tempat nongkrong biasa tetapi juga sebagai tempat untuk berpikir. Membaca buku dengan nyaman, santai, dan juga mencari ide.

**Misi** : Café Manifestesco menjadi café Literasi, mengadakan acara diskusi bersama. Café Manifestesco Menjadi bukan hanya sekedar tempat nongkrong tetapi juga tempat menuai ide. Bekerja sama dengan berbagai komunitas. Mengadakan kegiatan-kegiatan Literasi seperti lomba puisi, membaca puisi bersama dan lain-lain.

### **b. Profil dan Visi Misi Usaha Cozy Café**

Nama usaha	: Cozy Café
Pemilik café	: Ming Gunawan
Alamat café	: Jl. Jokotole No. 41, Kabupaten Pamekasan
Bentuk usaha	: Kafe
Tanggal berdiri	: 29 September 2018
No. Telp	: 081249289895
Sosial media	: Instagram; cozycafe_pamekasan
Motto café	: Suasana dan tempat cozy
<b>Visi</b>	: Menjadi leader café dan resto ternyaman
<b>Misi</b>	: Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menu terbaik dan mengutamakan kualitas dalam pelayanan dan penyajian

### **2. Deskripsi Penyebaran Angket**

Penyebaran angket atau kuesioner pada penelitian ini, dilakukan menggunakan media cetak kertas dan dibagikan kepada responden atau pekerja serta pemilik café yang sebanyak tiga puluh (30) orang seluruhnya. Pada awal, peneliti meminta izin kepada pihak pemilik dan manager café Manifesco dan café Cozy untuk melakukan kegiatan penelitian dengan melibatkan seluruh pekerja yang ada di café Manifesco dan Cozy café serta kepada pemilik café. Setelah itu, angket atau kuesioner dibagikan secara merata kepada responden. Responden dianjurkan mengisi setiap pernyataan yang ada sesuai dengan pilihan sendiri setuju atau tidaknya. Jika ada salah satu pernyataan yang kurang mengerti responden bisa bertanya kepada peneliti untuk menjelaskan maksud dari pertanyaan yang diajukan.

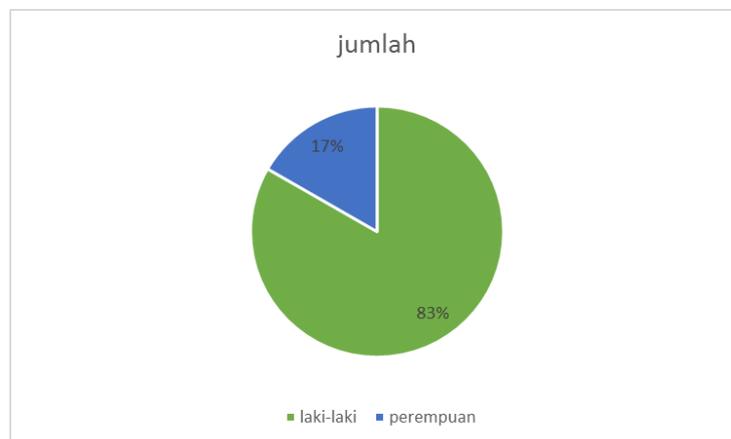
### 3. Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi data responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan sebesar 30 responden yaitu seluruh pekerja dan pemilik café Manifesco dan Cozy café. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri dari profil responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



**Sumber :** Data primer diolah, tahun 2021

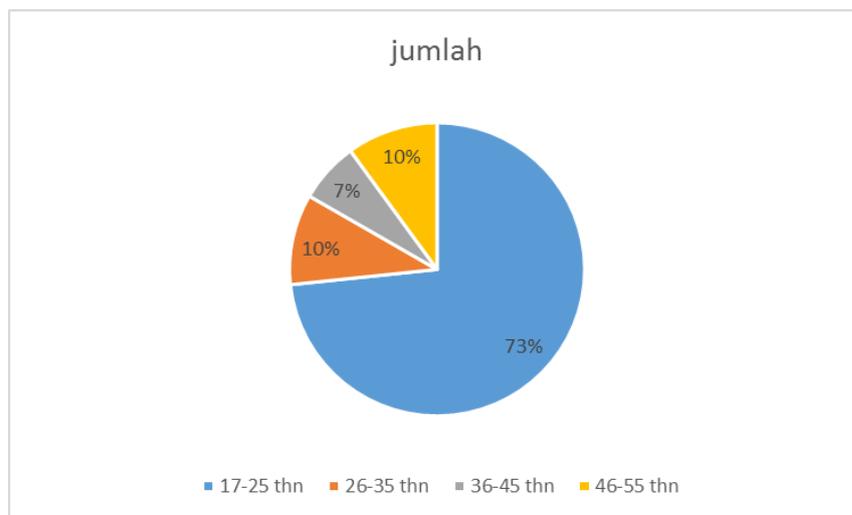
Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu pekerja laki-laki sebanyak 25 pekerja dengan persentase 83% dan pekerja perempuan sebanyak 5 pekerja dengan persentase 17% yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan sebagian besar responden adalah pekerja laki-laki.

### **b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Adapun data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.2**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



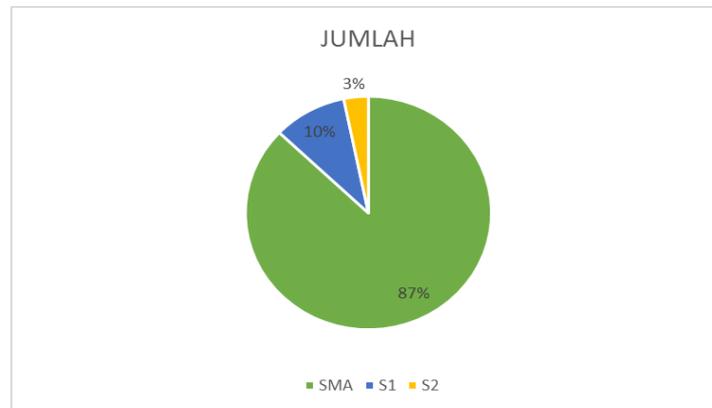
**Sumber :** Data primer diolah, tahun 2021

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu pekerja yang berumur 17-25 tahun sebanyak 22 pekerja dengan persentase (73%), umur 26-35 sebanyak 3 pekerja dengan persentase (10%), umur 36-45 sebanyak 2 pekerja dengan persentase (7%), umur 46-55 sebanyak 3 pekerja dengan persentase (10%). Hasil dari data tersebut dapat dilihat mayoritas pekerja banyak yang berumur 17-25 tahun.

### **c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Adapun data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**



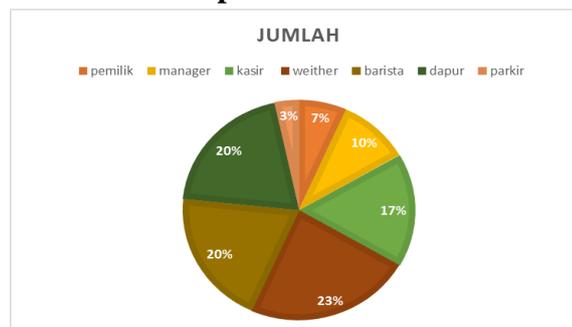
**Sumber :** Data primer diolah, tahun 2021

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan yaitu pekerja yang berpendidikan SMA sebanyak 27 dengan persentase 87%, pekerja berpendidikan S1 sebanyak 3 orang dengan persentase 10%, dan pekerja yang berpendidikan S2 sebanyak 1 orang dengan persentase 3%. Hasil dari tersebut dapat dilihat mayoritas responden adalah lulusan SMA.

#### **d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan**

Adapun data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan**



**Sumber :** Data primer diolah, tahun 2020

Gambar di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jabatan yaitu pemilik café sebanyak 2 orang dengan persentase 7%, bagian manajer sebanyak 3 orang dengan persentase 10%, bagian kasir sebanyak 5 pekerja dengan persentase 17%, bagian waiter sebanyak 7 pekerja dengan persentase 23%, bagian barista sebanyak 6 pekerja dengan persentase 20, bagian dapur sebanyak 6 pekerja dengan persentase 20%, dan bagian parker 1 pekerja dengan persentase 3%.

## **B. Pembuktian Hipotesis**

### **1. Uji Kualitas Data**

Pada penelitian kali ini, kualitas data yang dihasilkan dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dalam setiap item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai.

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dengan menggunakan alat bantu SPSS 20, hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df = n - 2$  dengan taraf signifikansi 5%. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka valid. Pada penelitian ini jumlah responden ( $n$ ) 30, maka besar  $df = 30 - 2 = 28$  dan alpha 0,05 sehingga diperoleh 0,361. Hasil analisis data uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Tiap Item Pertanyaan Variabel Kreativitas (X1),**  
**Promosi (X2), dan Pengembangan Usaha (Y)**

<b>Item</b>	<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>r tabel (N=10)</b>	<b>Validitas</b>
<b>Variabel Kualitas Pelayanan (X1)</b>			
X1.1	0,614	0,361	Valid
X1.2	0,561	0,361	Valid
X1.3	0,582	0,361	Valid
X1.4	0,608	0,361	Valid
X1.5	0,524	0,361	Valid
X1.6	0,544	0,361	Valid
X1.7	0,618	0,361	Valid
X1.8	0,636	0,361	Valid
X1.9	0,690	0,361	Valid
X1.10	0,468	0,361	Valid
X1.11	0,563	0,361	Valid
X1.12	0,642	0,361	Valid
<b>Variabel Promosi (X2)</b>			
X2.1	0,839	0,361	Valid
X2.2	0,823	0,361	Valid
X2.3	0,674	0,361	Valid
X2.4	0,726	0,361	Valid
X2.5	0,690	0,361	Valid
X2.6	0,719	0,361	Valid
X2.7	0,832	0,361	Valid

X2.8	0,839	0,361	Valid
X2.9	0,769	0,361	Valid
<b>Variabel Pengembangan Usaha (Y)</b>			
Y.1	0,661	0,361	Valid
Y.2	0,848	0,361	Valid
Y.3	0,690	0,361	Valid
Y.4	0,601	0,361	Valid
Y5	0,641	0,361	Valid
Y6	0,695	0,361	Valid
Y7	0,499	0,361	Valid
Y8	0,698	0,361	Valid
Y9	0,680	0,361	Valid

**Sumber :** Output SPSS, data primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan dari tabel 4.1 diatas, hasil uji validitas butir kuesioner menunjukkan bahwa variabel Kreativitas (X1), Promosi (X2), dan Pengembangan Usaha (Y) dinyatakan valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , seperti pada keterangan tabel diatas.

#### **b. Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan adalah konsisten. Suatu kuisisioner dikatakan reliabilitas jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable, jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel  $\geq 0,60$ . Sebaliknya, jika nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel  $< 0,60$  maka indikator

yang digunakan oleh variabel terikat tersebut tidak reliabel Hasil analisis data uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Tiap Item Pertanyaan**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kreativitas	0,747	Reliabel
Promosi	0,780	Reliabel
Pengembangan usaha	0,763	Reliabel

**Sumber :** Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2021.

Berdasarkan dari tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa seluruh item dari Kretivitas, nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,747, Promosi nilai *cronbach alpha* sebesar 0,780, dan Pengembangan Usaha nilai *cronbach alpha* sebesar 0,763. Semua instrument variabel (kreativitas, promosi, dan pengembangan usaha) pada kuesioner dikatakan reliabel, karena nilai *cronbach alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item telah layak untuk dipakai dalam penelitian.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini dilakukan untuk menilai baik tidaknya model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Berikut pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini:

### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Menentukan ada tidaknya

multikolinieritas dapat dilakukan yaitu dengan nilai *tolerance* dan nilai VIF.

Pedoman keputusan berdasarkan nilai VIF:

- 1) Jika nilai VIF < 10 : Tidak Terjadi Multikolinieritas
- 2) Jika nilai VIF > 10 : Terjadi Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas tiap variabel, yaitu:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kreativitas	1.000	1.000
	Promosi	1.000	1.000

a. Dependent Variable: peng.usaha

Sumber : Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2021.

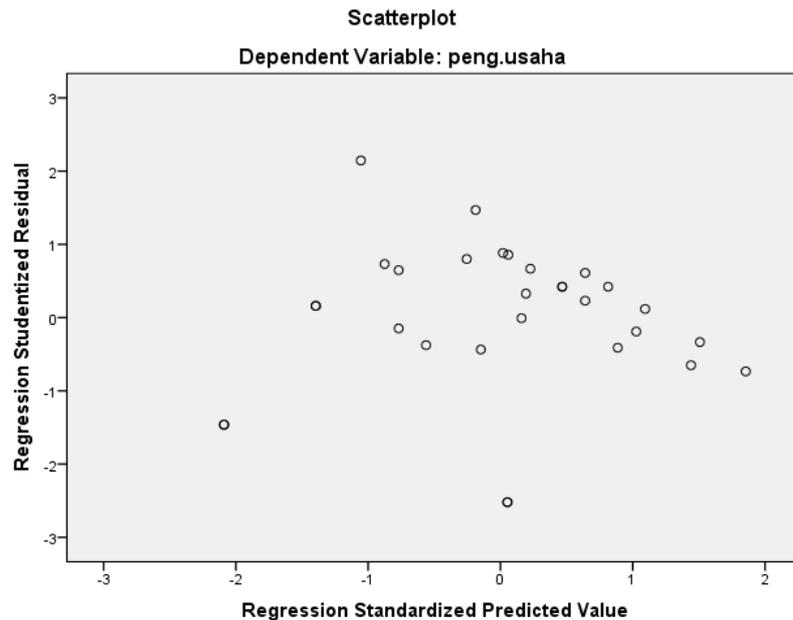
Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Kreativitas (X1) sebesar  $1,000 > 0,10$ , Promosi (X2) sebesar  $1,000 > 0,10$ , serta nilai VIF masing-masing VIF yaitu  $1,000 < 10$ , dan  $1,000 < 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID (residual) dan ZPRED (nilai prediksi). Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta

titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.5**  
**Scatterplot**



Berdasarkan gambar 4.1 output SPSS *scatterplot* diatas dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Penelitian ini juga menggunakan uji park dalam pengujian heteroskedastisitas, dikarenakan untuk menguatkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas. Dengan pengambilan keputusan:

- 1) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.
- 2) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

Berikut hasil output uji park dalam penelitian ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Park**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11.136	7.708		1.445	.160
	Kreativitas	-.218	.116	-.340	-1.880	.071
	Promosi	.030	.109	.049	.274	.786

a. Dependent Variable: Ln\_Res

**Sumber :** Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2021.

Dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan pada variabel kreativitas yaitu  $0,071 > 0,05$ . Sedangkan, nilai signifikan pada variabel promosi yaitu  $0,786 > 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan dalam uji park ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu metode untuk mengetahui normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov, yang dapat dilihat dari nilai Sig. Jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai Sig lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak menyebar normal. Adapun perhitungan hasil data sebagai berikut:

**Table 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardi zed Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.66077327
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.119
	Negative	-.134
Kolmogorov-Smirnov Z		.733
Asymp. Sig. (2-tailed)		.657

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber :** Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2021.

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,657 > 0,05$ .

Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut bersifat normal.

**d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai *Asymp.sig (2-tailed)* uji *run tet*. Apabila nilai *Asymo.sig(2-tailed)* lebih besar dari tingkat signifikan 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

**Table 4.6**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.41691
Cases < Test Value	14
Cases >= Test Value	16
Total Cases	30
Number of Runs	16
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

a. Median

**Sumber :** Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2021.

Tabel diatas menyatakan nilai *Asymp.sig(2-tailed)* adalah 1,000. Sedangkan nilai signifikan sebesar 0,05. Nilai *Asymp.sig(2-tailed)* > nilai signifikan atau  $1,000 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur dan mengetahui apakah ada pengaruh anantara satu atau lebih variabel bebas (independent) terhadap satu variabel terikat (dependen). Rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pengembangan Usaha (Variabel terikat)

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel bebas pertama (Kreativitas)

$X_2$  = Variabel bebas kedua (Promosi)

$\varepsilon$  = Error

Pada penelitian ini hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-14.411	9.587		-1.503	.144
	keaktivitas	.495	.144	.450	3.430	.002
	Promosi	.591	.135	.574	4.375	.000

a. Dependent Variable: peng.usaha

Sumber : Output SPSS, data primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien dari persamaan regresi didapatkan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

- a.  $a = (-14.411)$ , apabila nilai konstanta regresi variabel kreativitas dan promosi nilainya sama dengan 0, maka pengembangan usaha pada Café Manifesco nilainya sebesar -14,411 dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- b.  $b_1 = (0,495)$ , Nilai Koefisien regresi variabel kreativitas sebesar (0,495) berarti jika terjadi kenaikan sebesar 1 pada variabel kreativitas, maka variabel kreativitas akan meningkat sebesar 0,495 dengan asumsi variabel-variabel bebas yang lain dianggap tetap. Koefisien variabel kreativitas ( $X_1$ ) bernilai positif, artinya mempunyai hubungan yang searah antara variabel kreativitas dengan pengembangan usaha. Semakin meningkat variabel kreativitas, maka semakin meningkat pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café.

c.  $b_2 = (0,591)$ , nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar  $(0,591)$  berarti jika terjadi kenaikan sebesar 1 pada variabel tersebut, maka variabel promosi akan meningkat sebesar 0,591 dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap. Koefisien yang diperoleh variabel promosi ( $X_2$ ) bernilai positif, artinya mempunyai hubungan yang searah antara variabel promosi dengan pengembangan usaha. Semakin meningkat variabel promosi, maka semakin meningkat pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café.

Dari hasil koefisien regresi masing-masing variabel independent  $(0,495, \text{ dan } 0,591)$  menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel kreativitas terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy Café Kabupaten Pamekasan.

#### **4. Uji F (Uji Simultan/Serentak)**

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel yang terikat secara signifikan.

Nilai  $F_{hitung}$  akan dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan  $(df_1) = k = 2$  dan  $(df_2) = (n-k-1) = 30-2-1 = 27$ . Pada derajat kebebasan  $(27; 2)$  nilai  $F_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  adalah 3,35. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- b. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel independen:

**Tabel 4.8**  
**Uji F (Serentak/Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236.055	2	118.027	15.521	.000 <sup>b</sup>
	Residual	205.312	27	7.604		
	Total	441.367	29			

a. Dependent Variable: peng.usaha

b. Predictors: (Constant), promosi, kreativitas

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, tahun 2021.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji F tersebut diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 15,521 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05), sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,35. Hal ini berarti bahwa nilai  $F_{hitung}$  15,521 >  $F_{tabel}$  3,35. Dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05, sehingga keputusannya adalah variabel X (Kreativitas dan Promosi) berpengaruh yang signifikan bersama-sama terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy Café Kabupaten Pamekasan.

### 5. Uji T (Uji Secara Parsial/Individual)

Uji t digunakan untuk membuktikan signifikansi atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual.

Rumus mencari  $t_{tabel} = (\alpha/2; n - k - 1)$  dan tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$  dengan derajat keabsahan  $(df) = (\alpha/2; n - k - 1)$  dimana n adalah jumlah sampel sebanyak 30 dan k adalah jumlah variabel independen yakni 2 variabel, maka  $df = (0,05/2; 30-2-1) = (0,025; 27)$ , pada taraf signifikan 5% nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,05183. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $>0,05$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil asil uji t (Parsial) sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-14.411	9.587		-1.503	.144
1	Kreativitas	.495	.144	.450	3.430	.002
	Promosi	.591	.135	.574	4.375	.000

a. Dependent Variable: peng.usaha

**Sumber :** Output SPSS, Data primer diolah, tahun 2021.

Berdasarkan hasil data pengujian melalui SPSS, pengaruh variabel masing-masing dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel kreativitas (X1), diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,430 dengan taraf sig. 0,002. Nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresi pada penelitian ini adalah 2,0518. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,002 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,430 > 2,0518$ . Dilihat dari nilai konstanta yang bernilai positif yaitu 0,495, maka kreativitas berpengaruh secara positif terhadap pengembangan usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café Kabupaten Pamekasan.
- b. Variabel promosi (X2), diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,375 dengan taraf sig. 0,000. Nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresi pada penelitian adalah 2,0518. Hasil uji tersebut

menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,375 > 2,364$ . Dilihat dari nilai konstanta yang bernilai positif yaitu  $0,591$ , maka promosi berpengaruh secara positif terhadap pengembangan usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi ( $X_2$ ) berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesto dan Cozy Café Kabupaten Pamekasan.

## 6. Nilai $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana variabel bebas dalam penelitian ini yaitu, kreativitas dan promosi sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu, pengembangan usaha. Nilai koefisien determinasi ini adalah  $0 < R^2 < 1$ . Jika semakin  $R^2$  mendekati 1, maka model regresi yang terbentuk semakin baik. Sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 0, maka model regresi yang terbentuk semakin kurang baik.

**Tabel 4.10**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 <sup>a</sup>	.535	.500	2.758

a. Predictors: (Constant), promosi, kreativitas

b. Dependent Variable: peng.usaha

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, tahun 2021.

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dijelaskan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,535$  (53.5%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kreativitas dan promosi) secara bersama-sama menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen (pengembangan usaha) sebesar 53.5%, sedangkan

sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **C. Pembahasa**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, terhadap masing-masing variabel penelitian, maka peneliti akan memberikan pembahasan atas permasalahan yang diuji pada penelitian kali ini, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh Kreativitas dan Promosi Secara Simultan terhadap Pengembangan Usaha pada Café Manifesco dan Cozy Café Kabupaten Pamekasan**

Kreativitas dan promosi dibutuhkan oleh para pelaku usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha yang sudah mereka jalankan. Saat ini terdapat berbagai macam usaha yang dilakukan oleh masyarakat. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau menghasilkan sesuatu yang baru. Hasil karya atau ide-ide baru itu sebelumnya tidak dikenal oleh pembuatnya maupun orang lain. Kemampuan ini merupakan aktivitas imajinatif yang hasilnya merupakan pembentukan kombinasi dari informasi yang diperoleh dari pengalaman-pengalaman sebelumnya menjadi hal yang baru, berarti dan bermanfaat.<sup>81</sup>

Kreativitas mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat sekalipun seorang pelaku usaha tetap mampu menangkap peluang baru untuk berbisnis atau

---

<sup>81</sup> Sutipyo, "Kreativitas, Pemacu dan Penghambatnya Dalam Kehidupan Manusia," *Al-Misbah* 02, No 02 (Juli, 2014): 205, <https://doi.org/10.26555/almisbah.v2i2.103>

mengembangkan bisnisnya, sehingga ia tidak perlu khawatir kehabisan lahan atau ide.<sup>82</sup> Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَنْ عَاصِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ سَالِمٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنَ الْمُحْتَزِفَ (أَخْرَجَهُ الْبَيْهَقِيُّ)

Artinya:“Dari ‘Ashim Ibn ‘Ubaidillah dari salim dari ayahnya, ia berkata bahwa Rasulullah Saw, Bersabda: ”Sesungguhnya Allah menyukai orang mukmin yang berkarya.” (H.R. Al-Baihaqi)

Sesuai dengan hadis di atas dapat dikatakan bahwa para pelaku usaha memiliki kemampuan untuk menciptakan kegiatan usaha memerlukan adanya kreatifitas pada pelaku usaha sendiri untuk mengembangkan usahanya. Seorang pelaku usaha harus mempunyai ide yang kreatif, yang nantinya mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan, sehingga ia tidak pernah khawatir kehabisan lahan atau ide untuk bisnisnya.

Upaya mengembangkan setiap usaha dilakukan melalui sarana pemasaran untuk menginformasikan produk atau jasa yang ditawarkan dengan mempromosikan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar agar masyarakat mengetahui keberadaan produk atau jasa.<sup>83</sup> Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan dalam memasarkan produk atau jasa.<sup>84</sup> Promosi merupakan bagian dari aktifitas yang dibutuhkan dalam dunia perdagangan, baik barang maupun jasa. Promosi dipandang sangat penting dalam dunia perdagangan saat ini dimana persaingan

<sup>82</sup> Sodikin, “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi pada Usaha Kedai Enyo)” (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, 2019), 03

<sup>83</sup> Meri Susanti, “Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pantai Batu Lapis Kalianda Lampung Selatan)” (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2016), 17

<sup>84</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 108

semakin sulit. Akan tetapi meskipun demikian, promosi harus dilakukan sesuai dengan aturan yang ada.<sup>85</sup>

Promosi yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen sehingga penilaian konsumen terhadap promosi produk secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan image terhadap suatu produk. Philip Kotler juga menjelaskan bahwa aktivitas promosi dikatakan sebagai suatu usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.<sup>86</sup>

Hasil dari penelitian ini menjelaskan terdapat pengaruh secara serentak dari kedua variabel yaitu kreativitas dan promosi berpengaruh serentak terhadap pengembangan usaha. Dilihat dari hasil uji  $f$  simultan, variabel independen (kreativitas dan promosi) terhadap variabel dependen (pengembangan usaha) memperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 15,521 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 dan nilai  $f_{tabel}$  untuk model regresi tersebut sebesar 3,35. Hasil uji  $f$  tersebut menunjukkan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $15,521 > 3,35$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan promosi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café Kabupaten Pamekasan.

Kreativitas dan promosi di café Manifesco yang sehubungan dengan gerakan literasi, sudah dapat dikatakan dapat meningkatkan pengembangan

---

<sup>85</sup> Meri Susanti, "Strategi Promosi Pariwisata Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pantai Batu Lapis Kalianda Lampung Selatan)" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2016), 28

<sup>86</sup> Nizar Alam Hamdani dan Maulida Agustianus Zaman, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta," *Wacana Ekonomi* 16, No 02 (Tahun 2017): 37, <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JA/article/view/413>

usahanya. Karena adanya café dengan gerakan literasi di kota Pamekasan masih belum ada. Sehingga café ini memiliki ciri khas yang berbeda dengan café yang lainnya. Kreativitas dan promosi di Cozy café juga dapat dikatakan meningkatkan pengembangan usahanya, mulai dari kreativitas produk yang menyajikan menu yang banyak pilihan, pelayanan yang nyaman dan menarik, serta dengan adanya kegiatan yang sering dilakukan oleh Cozy café, membuat café ini berkembang dari tahun ketahun. Tetapi kreativitas dan promosi yang ada juga perlu mengalami peningkatan untuk lebih meningkatkan lagi pengembangan usaha pada café Manifesco dan Cozy café.

Kreativitas dan promosi sangatlah penting untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha pada café Manifesco dan Cozy café Kabupaten Pamekasan, karena seiring berjalannya waktu daya saing antar usaha pasti akan semakin meningkat. Sehingga perlu adanya peningkatan pada kreativitas dan promosi yang dilakukan oleh café Manifesco dan Cozy café untuk menangkap dan menciptakan peluang yang dapat dikembangkan serta mengenalkan produk dan memberikan kesan baik melalui kegiatan-kegiatan bersifat positif yang dilakukan oleh café Manifesco dan Cozy café Kabupaten Pamekasan.

## **2. Pengaruh Kreativitas dan Promosi Secara Parsial terhadap Pengembangan Usaha pada Café Manifesco dan Cozy Café Kabupaten Pamekasan**

Sunarya yang menyatakan bahwa sukses tidaknya seorang wirausaha di dalam mengembangkan usahanya tidak hanya di pengaruhi oleh banyaknya modal yang dimiliki dan fasilitas atau koneksi/kedekatan dengan sumbu kekuasaan yang dapat dinikmati. Yang lebih penting adalah bahwa usaha itu dikelola oleh orang

yang berpikir kreatif dan tahu persis apa, mengapa, dan bagaimana bisnis harus dijalankan dan dikelola.

Saiman menyatakan bahwa keberhasilan seorang dalam mengembangkan usahanya terletak pada, apakah orang yang bersangkutan mampu berpikir kreatif atau tidak. Ari, Dedi dan Ernita menyatakan bahwa salah satu strategi untuk menemukan peluang dalam mengembangkan suatu usaha adalah melalui berpikir kreatif dan inspirasi yang orisinal dibantu oleh insting. Apabila setiap wirausahawan mampu berpikir kreatif maka akan mempermudah pengembangan usaha yang dilakukan dengan menemukan suatu hal yang baru. Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat diduga bahwa kreativitas berpengaruh terhadap pengembangan usaha.<sup>87</sup>

Dalam islam, kreativitas berkaitan dengan ketakwaan pada setiap individu sebagai pelaku ekonomi, mengarahkan pada aktivitas ekonomi yang positif. Ketakwaan kepada Tuhan akan membawa diri seseorang untuk lebih produktif. Hal ini sesuai dengan usaha manusia dalam mengalokasikan dan mengola sumber daya yang bertujuan untuk mencapai *falah* (kesuksesan) berdasarkan pada prinsip-prinsip al-Qur'an dan *Sunnah*.<sup>88</sup>

Hasil analisis menjelaskan nilai koefisien regresi variabel kreativitas ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,495, artinya mempunyai hubungan yang searah antara variabel kreativitas dengan pengembangan usaha. Semakin besar atau meningkat kreativitas yang ada, maka akan semakin meningkat pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café. Sedangkan untuk hasil uji t, variabel kreativitas

---

<sup>87</sup> Putri Mentari, "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Pengembangan Usaha Toko Pastry di Kecamatan Medan Polonia" (Skripsi Universitas Sumatera Utara, Medan, 2018), 54-55

<sup>88</sup> R. Gatot Heru Pranjoto, "Kreativitas dan Inovasi Dalam Islam Terhadap Keberlangsungan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia", *Jurnal Studi Manajemen*, Vol. 15, No. 1, (April 2021):., 17. <https://journal.trunojoyo.ac.id>

(X1) memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,430, dengan taraf signifikan sebesar 0,002 dan nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresi tersebut sebesar 2,0518. Hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,430 > 2,0518$  dengan signifikan  $0,002 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café Kabupaten Pamekasan. Adapun kreativitas yang ada pada café Manifesco dan Cozy café yaitu, café Manifesco dibangun dengan dilator belakang gerakan literasi, bahkan moto yang ada di café Manifesco yaitu kopi, buku, dan ide. Sedangkan pada Cozy café kreativitas yang ada lebih kepada kreativitas produk dan tempat dengan bergaya milenial dan kenyamanan bagi kaum pemuda.

Menurut peneliti, ditingkatkan lagi kreativitas yang ada di café, baik bagi pekerja maupun pemilik. Pekerja harusnya memiliki percaya diri untuk menciptakan dan membuat suatu hal baru baik dari segi produk maupun yang lainnya. Pekerja memiliki lebih peka jika ada konsumen yang memerlukan bantuan dan pertolongan. Pekerja dapat memberikan bantuan arahan jika pelanggan mengalami kesulitan dalam memilih menu yang akan dipesan, seperti memberitahukan menu yang spesial saat itu.

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yaitu Dedi Purwana, “Pengaruh Pelatihan dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha pada Usaha Kecil dan Menengah di Perkampungan Industri Pulogadung Jakarta Timur” yang menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap pengembangan usaha pada usaha kecil dan menengah. Yang mengemukakan bahwa apabila kreativitas yang

dimiliki meningkat, maka pengembangan usahanya juga akan meningkat begitupun sebaliknya.<sup>89</sup>

Promosi merupakan salah satu bentuk dari pemasaran. Dimana pemasaran juga dapat mempengaruhi pengembangan usaha. Seperti yang dikatakan oleh Hadinoto dan Retnadi, menyatakan bahwa suatu usaha dalam pengembangannya menuju usaha yang berhasil tidak hanya dibantu oleh modal saja tetapi juga pemasaran, pengemasan, manajemen dan teknologi informasi tentang pasar.<sup>90</sup> Isono, Sadoko dan Heriyadi, menyatakan bahwa pengembangan usaha dapat terlaksana dengan adanya keterampilan dalam manajerial, peningkatan teknologi, penyediaan modal dan pemasaran.<sup>91</sup> Diterangkan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 2 yang artinya:

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

Artinya: "Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa".

Menurut Azhari akmal Tarigan, menyatakan: "Jelas bahwa ayat tersebut diatas bisa jadi selama ini dipahami tidak memiliki keterkaitan dengan bisnis, ternyata kandungannya memiliki kedekatan makna dengan apa yang berlaku di dalam dunia bisnis. Bukankah sebuah promosi itu penting untuk meyakinkan konsumen atau pelanggan akan sebuah produk yang kita tawarkan. Bukankah setiap perusahaan harus merogoh uangnya dalam jumlah besar yang hanya untuk

<sup>89</sup> Dedi Purwana., dkk, "Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Jakarta Timur" *Jurnal Econosains*, Vol 15, No 01 (Maret, 2017):., 83. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/econosains/article/view/1065>

<sup>90</sup> Dedi Purwana., dkk, "Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Jakarta Timur" *Jurnal Econosains*, 15, No 01 (Maret, 2017):., 76. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/econosains/article/view/1065>

<sup>91</sup> Isno dkk, *Pengembangan Usaha Kecil: Pemihakan Setengah Hati*, (Bandung: Yayasan akatiga, 2001), 57

sebuah promosi. Sebuah aktivitas untuk meyakinkan pembeli”.<sup>92</sup> Hal ini menunjukkan bahwa promosi sebagai salah satu cara pemasaran merupakan bagian penting yang mana untuk meyakinkan konsumen akan produk yang dijual, sehingga dengan bertambahnya konsumen maka pengembangan usaha pada suatu usaha akan meningkat.

Hasil analisis diatas menjelaskan nilai koefisien regresi variabel promosi (X2) bernilai sebesar 0,591 Artinya mempunyai hubungan yang searah dengan pengembangan usaha. Semakin ditingkatkan promosi yang dilakukan, maka semakin meningkat pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café. Sedangkan untuk hasil uji t, variabel promosi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,375 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 dan nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresi tersebut sebesar 2,0518. Hasil uji t tersebut menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,375 < 2,0518$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pada Café Manifesco dan Cozy café Kabupaten Pamekasan. Adapun promosi yang dilakukan oleh café Manifesco dan Cozy café yaitu, café manifesco dan Cozy café kerap kali menggunakan media sosial seperti IG untuk mempromosikan apa saja yang ada di café Manifesco dan Cozy café baik itu dari segi kegiatan maupun produk yang ada di café. Dari segi kegiatan café Manifesco pernah mengadakan bazar buku, acara yang formal maupun nonformal dan pernah mengadakan acara masak bersama. Sedangkan kegiatan, Cozy café pernah memberikan buka puasa gratis untuk anak yatim dan juga kegiatan konser music di Cozy café.

---

<sup>92</sup> Rizki Syahputra, “Strategi Pemasaran Dalam Al-Qur’an Tentang Promosi Penjualan”, *Jurnal Ecobiisma*, Vol. 6, No. 2, (2019), 83-84. <http://ojs.stie-labuhanbatu.ac.id/index.php/>

Menurut peneliti, alangkah baiknya promosi yang dilakukan oleh pihak café Manifesco dan Cozy café lebih ditingkatkan. Dengan cara memanfaatkan media sosial dengan baik seperti halnya membuat blog, youtube, dan facebook atau media sosial lainnya. Melakukan kegiatan amal, ikut serta dalam mengadakan even dengan menjadi sponsor atau mengadakan even tertentu. Bagi-bagi produk secara langsung kepada pelanggan atau calon pelanggan yang berpotensi atau membagikan potongan harga atau kupon kepada pelanggan yang setia dan sering berkunjung ke café. Serta pihak café juga bisa membagikan brosur ke setiap pelanggan maupun calon pelanggan.

Pada penelitian ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hebron Fauzan yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada perkembangan usaha. Pada penelitian ini, Promosi berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha hal ini dibuktikan berdasarkan analisis ditemui dilapangan. Dimana promosi yang dilakukan oleh Café Manifesco dan Cozy Café sudah dapat dibilang cukup baik untuk menarik konsumen dan meningkatkan jumlah pengunjung setiap minggunya.

### **3. Seberapa Baik Pengaruh Kreativitas dan Promosi terhadap Pengembangan Usaha pada Café Manifesco dan Cozy Café Kabupaten Pamekasan**

Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kreativitas dan promosi memiliki kontribusi sebesar 0,535 (53.5%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (kreativitas dan promosi) secara bersama-sama menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen (pengembangan usaha)

berkontribusi sebesar 53.5%, sedangkan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kreativitas dapat dimiliki oleh semua orang dan dapat ditingkatkan. Oleh sebab itu kreativitas harus dipupuk dan dikembangkan agar tidak terpendam dan tidak dapat diwujudkan.<sup>93</sup> Kreativitas mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat sekalipun seorang pelaku usaha tetap mampu menangkap peluang baru untuk berbisnis atau mengembangkan bisnisnya, sehingga ia tidak perlu khawatir kehabisan lahan atau ide.<sup>94</sup>

Promosi merupakan komunikasi yang dilaksanakan pebisnis kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Promosi dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen agar membeli. Mengacu pada pengertian tersebut tujuan promosi pada umumnya secara keseluruhan melakukan promosi agar meningkatkan angka penjualan dan keuntungan usaha.<sup>95</sup> Pengembangan usaha akan terus mengalami peningkatan dengan dilakukannya usaha dari segi kreativitas dari usaha tersebut serta kegiatan promosi yang dilakukan oleh usaha tersebut.

---

<sup>93</sup> Ari Fadiati dan Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses*, 38-39

<sup>94</sup> Sodirin, "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kreatifitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi pada Usada Kedai Enyo)" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo, 2019), 03

<sup>95</sup> Rizki Syahputra, "Strategi Pemasaran Dalam Al-Qur'an Tentang Promosi Penjualan", *Jurnal Ecobiisma*, Vol. 6, No. 2, (2019)., 83-84. <http://ojs.stie-labuhanbatu.ac.id/index.php/>

Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Dedi Purwana, yang menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap pengembangan usaha.<sup>96</sup> Penelitian ini juga memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Hebron Fauzan, yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap pengembangan usaha.

---

<sup>96</sup> Dedi Purwana., dkk, “Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Jakarta Timur” *Jurnal Econosains*, Vol 15, No 01 (Maret, 2017):., 83.  
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/econosains/article/view/1065>