

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data primer yang bersumber langsung dari pengusaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Jumlah total sampel pada penelitian ini sebanyak 100 *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini dilakukan guna untuk menganalisis pengaruh modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

4.1.2 Karakteristik Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dengan indikator tidak adanya data pasti jumlah populasi *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya, sehingga diambil 100 sampel data *Coffee Shop* yang akan dijadikan responden dan tersebar di seluruh Kota Tasikmalaya. Ada beberapa karakteristik yang diambil dan diklasifikasikan dalam objek penelitian diantara lain usaha yang sudah berjalan dengan jangka minimal waktu satu tahun. Data yang diambil sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu modal usaha, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, sikap kewirausahaan, dan pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

4.1.2.1 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat di lihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4. 1 Karakteristik Data responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Peresentase (%)
Laki-Laki	65	65
Perempuan	35	35

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan hasil identifikasi responden menurut karakteristik jenis kelamin menunjukkan 65% adalah laki-laki. Sedangkan responden untuk perempuan sebanyak 35%. Dengan demikian dapat disimpulkan mayoritas yang menjadi responden adalah laki-laki.

4.1.2.2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia

Berikut deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia dapat di lihat pada tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4. 2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Peresentase (%)
17-30 Tahun	63	63
31-40 Tahun	34	34
41-50 Tahun	3	3
> 50 Tahun	-	-

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa pemilik usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya karakteristik usia didominasi oleh responden yang berusia 17-30 tahun yaitu sebesar 63% responden.

4.1.2.3 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Berikut karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat di lihat pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4. 3 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi (orang)	Peresentase (%)
SMA	34	34
D3	1	1
S1	63	63
S2	2	2

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pemilik usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya berdasarkan karakteristik Pendidikan didominasi oleh tingkat jenjang Pendidikan S1 yaitu sebanyak 63% responden.

4.1.2.4 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berikut karakteristik responden berdasarkan lama usaha dapat di lihat pada tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4. 4 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi (orang)	Peresentase (%)
< 1 Tahun	-	-
1-5 Tahun	93	93
5-10 Tahun	7	7
> 10 Tahun	-	-

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas diketahui bahwa data responden *coffee shop* di Kota Tasikmalaya berdasarkan karakteristik lama usaha berdiri didominasi oleh responden yang telah berdiri selama 1-5 tahun yaitu 93% responden.

4.1.2.5 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Modal Usaha

Berikut karakteristik responden berdasarkan modal usaha dapat di lihat pada tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4. 5 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Modal Usaha

Modal usaha	Frekuensi (orang)	Peresentase (%)	Skala Usaha
< Rp 10 juta	-	-	-
Rp 10 Juta - Rp 50 Juta	38	38	Usaha Mikro
Rp 50 Juta - Rp 500 Juta	57	57	Usaha Kecil
Rp 500 Juta - Rp 10 Milyar	5	5	Menengah

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa data responden modal *coffee shop* di Kota Tasikmalaya berdasarkan karakteristik modal usaha didominasi oleh responden *coffee shop* dengan modal usaha Rp 50 juta- Rp 500 juta yaitu 57% persen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa skala usaha *coffee shop* di Kota Malayaalaya masuk dalam kategori usaha dengan skala kecil.

4.1.3 Hasil Analisis Data

4.1.3.1 Analisis Deskriptif

4.1.3.1.1 Modal Usaha

Modal usaha *coffee shop* yang digunakan dalam hal ini yaitu indikator modal sendiri, modal pinjaman, dan besaran modal dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Modal

Indikator Modal	Item	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Modal Sendiri	X1.1	34	34	55	54	12	12	0	0	0	0	100	100
	X1.2	32	32	58	58	10	10	0	0	0	0	100	100
Modal Pinjaman	X1.3	32	32	59	59	9	9	0	0	0	0	100	100
	X1.4	41	41	54	54	5	5	0	0	0	0	100	100
Besaran Modal	X1.5	41	41	58	58	1	1	0	0	0	0	100	100
	X1.6	47	47	46	46	7	7	0	0	0	0	100	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi responden menjawab SETUJU pada item X1.3 yaitu terdapat 59 responden atau 59% yang menyatakan bahwa pelaku usaha *coffee shop* sering mendapati tawaran dari pihak pembiayaan sebagai modal tambahan dari Lembaga keuangan.

4.1.3.1.2 Teknologi

Teknologi yang digunakan *coffee shop* dengan indikator alat produksi, alat pembayaran, dan media sosial dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Teknologi

Indikator Teknologi	Item	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Alat Produksi	X2.1	33	33	65	65	2	2	0	0	0	0	100	100
	X2.2	31	31	58	58	11	11	0	0	0	0	100	100
Alat Pembayaran	X2.3	44	44	45	45	11	11	0	0	0	0	100	100
	X2.4	43	43	53	53	4	4	0	0	0	0	100	100
Media Sosial	X2.5	50	50	45	45	5	5	0	0	0	0	100	100
	X2.6	67	67	31	31	2	2	0	0	0	0	100	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi responden menjawab SETUJU pada item X2.6 yaitu terdapat 67 responden atau 67% yang menyatakan bahwa pelaku usaha *coffee shop* memiliki pengetahuan dan kesadaran tentang penggunaan teknologi produksi untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat memberikan keuntungan yang tinggi.

4.1.3.1.3 Tenaga Kerja

Tenaga kerja dengan indikator upah, ketersediaan tenaga kerja, dan kualitas tenaga kerja dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Tenaga Kerja

Indikator Tenaga Kerja	Item	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Upah	X3.1	48	48	50	50	2	2	0	0	0	0	100	100
	X3.2	45	45	52	52	3	3	0	0	0	0	100	100
Ketersediaan Tenaga Kerja	X3.3	45	45	46	46	9	9	0	0	0	0	100	100
	X3.4	43	43	49	49	8	8	0	0	0	0	100	100
Kualitas Tenaga kerja	X3.5	42	42	57	57	1	1	0	0	0	0	100	100
	X3.6	49	49	45	45	6	6	0	0	0	0	100	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi responden menjawab SETUJU pada item X3.5 yaitu terdapat 57 responden atau 57% yang menyatakan bahwa pelaku usaha *coffee shop* memiliki tenaga kerja yang mampu meningkatkan produktivitas produksi.

4.1.3.1.4 Strategi pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan pada *coffee shop* dengan indikator perencanaan produk, penetapan harga, dan komunikasi dalam pemasaran dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Tenaga Kerja

Indikator Strategi Pemasaran	Item	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Perencanaan Produk	X4.1	43	43	55	55	2	2	0	0	0	0	100	100
	X4.2	46	46	49	49	5	5	0	0	0	0	100	100
Penetapan harga	X4.3	34	34	59	59	6	6	1	1	0	0	100	100
	X4.4	39	39	58	58	3	3	0	0	0	0	100	100
	X4.5	45	45	48	48	7	7	0	0	0	0	100	100

Komunikasikan dalam pemasaran	X4.6	49	49	46	46	6	6	0	0	0	0	100	100
-------------------------------	------	----	----	----	----	---	---	---	---	---	---	-----	-----

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi responden menjawab SETUJU pada item X4.3 yaitu terdapat 59 responden atau 59% yang menyatakan bahwa harga yang tinggi tidak mempengaruhi penjualan apabila diimbangi dengan peningkatan kualitas produk.

4.1.3.1.5 Sikap Kewirausahaan

Sikap kewirausahaan dengan indikator berani ambil risiko, percaya diri, dan jikawa kepemimpinan dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Sikap Kewirausahaan

Indikator Sikap Kewirausahaan	Item	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Berani ambil risiko	X5.1	45	45	52	52	3	3	0	0	0	0	100	100
	X5.2	41	41	50	50	9	9	0	0	0	0	100	100
Percaya diri	X5.3	42	42	54	54	4	4	0	0	0	0	100	100
	X5.4	45	45	51	51	4	4	0	0	0	0	100	100
Jiwa Kepemimpinan	X5.5	50	50	46	46	4	4	0	0	0	0	100	100
	X5.6	51	51	45	45	4	4	0	0	0	0	100	100

Sumber: *Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi responden menjawab SETUJU pada item X5.3 yaitu terdapat 54 responden atau 54% yang menyatakan bahwa pelaku usaha *coffee shop* harus memiliki rasa tanggung jawab serta harus mampu memprioritaskan kepentingan wirausaha.

4.1.3.1.6 Pendapatan

Pendapatan *coffee shop* dengan indikator keuntungan, bersumber dari kegiatan operasi, dan kepuasan hati dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pendapatan

Indikator Pendapatan	Item	SS		S		N		TS		STS		TOTAL	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Keuntungan	Y1	41	41	53	53	6	6	0	0	0	0	100	100
	Y2	39	39	53	53	8	8	0	0	0	0	100	100
Bersumber dari kegiatan operasi	Y3	43	43	49	49	7	7	1	1	0	0	100	100
Kepuasan hati	Y4	48	48	48	48	4	4	0	0	0	0	100	100
	Y5	46	46	51	51	3	3	0	0	0	0	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa item pernyataan tertinggi responden menjawab SETUJU pada item Y1 dan Y2 yaitu terdapat 53 responden atau 53% yang menyatakan bahwa keuntungan yang didapatkan sesuai dengan modal yang di keluarkan serta keuntungan yang didapati di pengaruhi oleh modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan.

4.1.3.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari instrument penelitian. Berikut dari pengujian tersebut:

Tabel 4. 12 Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Modal Usaha (X ₁)	X1.1		0,196	Valid
2		X1.2		0,196	Valid
3		X1.3		0,196	Valid
4		X1.4		0,196	Valid
5		X1.5		0,196	Valid
6		X1.6		0,196	Valid
7	Teknologi (X ₂)	X2.1		0,196	Valid
8		X2.2		0,196	Valid
9		X2.3		0,196	Valid
10		X2.4		0,196	Valid
11		X2.5		0,196	Valid
12		X2.6		0,196	Valid
13	Tenaga kerja (X ₃)	X3.1		0,196	Valid
14		X3.2		0,196	Valid
15		X3.3		0,196	Valid

No	Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
16		X3.4		0,196	Valid
17		X3.5		0,196	Valid
18		X3.6		0,196	Valid
19	Strategi Pemasaran (X ₄)	X4.1		0,196	Valid
20		X4.2		0,196	Valid
21		X4.3		0,196	Valid
22		X4.4		0,196	Valid
23		X4.5		0,196	Valid
24		X4.6		0,196	Valid
25	Sikap Kewirausahaan (X ₅)	X5.1		0,196	Valid
26		X5.2		0,196	Valid
27		X5.3		0,196	Valid
28		X5.4		0,196	Valid
29		X5.5		0,196	Valid
30		X5.6		0,196	Valid
31	Pendapatan (Y)	Y1		0,196	Valid
32		Y2		0,196	Valid
33		Y3		0,196	Valid
34		Y4		0,196	Valid
35		Y5		0,196	Valid

Sumber: SPSS, 29

Berdasarkan tabel 4.12 nilai r-hitung dari semua item pernyataan pada setiap variabel lebih besar dari r-tabel sebesar 0,196. Maka dari itu, pernyataan tersebut valid atau layak dijadikan pernyataan untuk kuisioner.

4.1.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kepercayaan hasil pengukuran. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji statistik yaitu *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah:

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Titik Kritis	Keterangan
1	Modal (X ₁)	0.746	0.60	Reliabel
2	Teknologi (X ₂)	0.899	0.60	Reliabel

3	Tenaga Kerja (X_3)	0.802	0.60	Reliabel
4	Strategi Pemasaran (X_4)	0.905	0.60	Reliabel
5	Sikap Kewirausahaan (X_5)	0.811	0.60	Reliabel
6	Pendapatan (Y)	0.867	0.60	Reliabel

Sumber: SPSS, 29

Berdasarkan table 4.13 diatas, setelah dilakukan uji reliabilitas diketahui bahwa seluruh variabel yang diteliti yaitu variabel Modal, Teknologi, Tenaga Kerja, Strategi Pemasaran, Sikap Kewirausahaan, dan Pendapatan dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* Lebih dari > 0.60 dan dinyatakan reliabilitas baik (0.80 – 1.0).

4.1.3.4 Method of Successive internal (MSI)

Method of successive interval merupakan suatu metode untuk mentransformasikan data ordinal menjadi interval agar dapat dilakukan analisis secara statistik. Analisis MSI ini digunakan dengan tujuan perskalaan untuk menaikkan skala pengukuran ordinal menjadi skala pengukuran interval. Hasil MSI untuk setiap indikator dari masing-masing variabel dapat dilihat di lampiran. Dari hasil tersebut diperoleh data yang sudah ditransformasi dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

4.1.3.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.3.5.1 Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi dan residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dapat dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Namun apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa

data residual tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4. 14 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97442031
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,040
	Negative	-,064
Kolmogorov-Smirnov Z		,644
Asymp. Sig. (2-tailed)		,802

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Berdasarkan tabel 4.14 nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.644 dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,802. Hasil ini menunjukkan nilai $Asmp > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.1.3.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas. Pengujian ini dilihat dari nilai VIF dan nilai tolerance. Berikut hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 4. 15 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,102	1,991		,051	,959					
	X1	,284	,078	,303	3,618	,000	,512	,350	,265	,768	1,302
	X2	,188	,081	,191	2,320	,022	,444	,233	,170	,791	1,264
	X3	-,059	,089	-,055	-,664	,508	,274	-,068	-,049	,779	1,284
	X4	,173	,083	,178	2,078	,040	,478	,210	,152	,733	1,364
	X5	,271	,074	,327	3,669	,000	,563	,354	,269	,676	1,479

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Berdasarkan pada tabel 4.15 nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

4.1.3.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian dari residual dari tiap pengamatan. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4. 16 Uji Heterokedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,749	1,155		-,649	,518
	X1	,054	,045	,136	1,190	,237
	X2	-,003	,047	-,008	-,068	,946
	X3	-,004	,052	-,008	-,071	,944
	X4	,052	,048	,127	1,082	,282
	X5	,017	,043	,049	,400	,690

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Berdasarkan tabel 4.16 nilai dari p-value setiap variabel lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.1.3.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variable independent terhadap dependen. Pada regresi linier berganda terdapat lebih dari satu variabel independen dan terdapat satu variabel dependen. Dibawah ini merupakan rumus persamaan analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4. 17 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,102	1,991		,051	,959
	X1	,284	,078	,303	3,618	,000
	X2	,188	,081	,191	2,320	,022
	X3	-,059	,089	-,055	-,664	,508
	X4	,173	,083	,178	2,078	,040
	X5	,271	,074	,327	3,669	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.102 + 0.284X_1 + 0.188X_2 - 0.059X_3 + 0.173X_4 + 0.271X_5$$

Dilihat dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Diketahui nilai konstanta (a) = 0.102, apabila variabel modal (X_1), teknologi (X_2), tenaga kerja (X_3), strategi pemasaran (X_4), dan sikap kewirausahaan (X_5) = 0, maka pendapatan *coffee shop* (Y) akan bertambah sebesar 0.102.
2. Modal usaha (X_1) memiliki koefisien sebesar 0.284, artinya apabila bertambahnya modal usaha maka pendapatan usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya akan bertambah.
3. Teknologi (X_2) memiliki koefisien sebesar 0.188, artinya apabila bertambahnya teknologi maka pendapatan usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya akan bertambah.
4. Tenaga Kerja (X_3) memiliki koefisien sebesar -0.059, artinya apabila bertambahnya tenaga kerja maka pendapatan usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya akan berkurang.

5. Strategi Pemasaran (X_4) memiliki koefisien sebesar 0.173, artinya apabila meningkatkan strategi pemasaran maka pendapatan usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya akan bertambah.
6. Sikap Kewirausahaan (X_5) memiliki koefisien sebesar 0.271, artinya apabila meningkatkan sikap kewirausahaan maka pendapatan usaha *coffee shop* di Kota Tasikmalaya akan bertambah.

4.1.3.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji secara statistik kebenaran suatu pernyataan dan menarik kesimpulan tentang menerima atau menolak pernyataan itu (hipotesis) dari pernyataan hipotesis yang telah dibuat. Uji hipotesis terdiri dari uji parsial (uji-t), uji bersama (uji F-hitung), dan koefisien determinasi.

4.1.3.7.1 Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi terikat. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 0,05. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($sig < t_{tabel}$ maka semua signifikan dan semua nilai $Prob < 0,05$ maka semua signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil pada tabel 4.18 di bawah ini:

Tabel 4. 18 Uji t

Variabel	t-statistik	Probabilitas	Signifikasnsi 5%
Modal	3.618	0.000	Signifikan
Teknologi	2.320	0.022	Signifikan
Tenaga Kerja	-0.664	0.508	Tidak Signifikan

Strategi Pemasaran	2.078	0.040	Signifikan
Sikap Kewirausahaan	3.669	0.000	Signifikan

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Keputusan yang dapat disimpulkan dari hasil pengujian yaitu:

1. Nilai t-statistik variabel modal usaha sebesar $3.618 > t\text{-tabel } 1.66123$. Dengan kata lain probabilitas $0,0000 < 0,05$ maka, H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel bebas modal usaha terhadap variabel terikat pendapatan usaha *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.
2. Nilai t-statistik variabel teknologi sebesar $2.320 > t\text{-tabel } 1.66123$. Dengan kata lain probabilitas $0,022 < 0,05$ maka, H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel bebas teknologi terhadap variabel terikat pendapatan usaha *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.
3. Nilai t-statistik variabel tenaga kerja sebesar $-0.664 < t\text{-tabel } 1.66123$. Dengan kata lain probabilitas $0,508 > 0,05$ maka, H_0 tidak ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel bebas tenaga kerja terhadap variabel terikat pendapatan usaha *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.
4. Nilai t-statistik variabel strategi pemasaran sebesar $2.078 > t\text{-tabel } 1.66123$. Dengan kata lain probabilitas $0,040 < 0,05$ maka, H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel bebas strategi pemasaran terhadap variabel terikat pendapatan usaha *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.
5. Nilai t-statistik variabel sikap kewirausahaan sebesar $3.669 > t\text{-tabel } 1.66123$. Dengan kata lain probabilitas $0,0000 < 0,05$ maka, H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel bebas sikap kewirausahaan terhadap variabel terikat pendapatan usaha *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

4.1.3.7.2 Uji F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Jika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari lima persen maka variabel independen akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 19 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306,691	5	61,338	18,371	,000 ^b
	Residual	313,858	94	3,339		
	Total	620,550	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X3, X4

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Berdasarkan tabel 4.19 nilai F statistik sebesar 18.371 dan F tabel sebesar 2.31 maka nilai F statistik > F tabel atau dengan melihat tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 artinya Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

4.1.3.8 Koefisien Determinasi

Nilai R^2 menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variasi independent. Keputusan R^2 adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau tidak ada keterkaitan.
2. Nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau dapat keterkaitan.

Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,703 ^a	,494	,467	1,827

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X2, X3, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Diolah SPSS*

Berdasarkan tabel 4.20 nilai dari R-Square sebesar 0.494 yang berarti variabel independen dalam penelitian ini yaitu Modal (X_1), Teknologi (X_2), Tenaga Kerja (X_3), Strategi pemasaran (X_4), dan Sikap Kewirausahaan (X_5) dapat menjelaskan pengaruh pada variabel dependen yaitu pendapatan *Coffee Shop* (Y) sebesar 49,4% sedangkan sisanya sebesar 50,6 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Modal, Teknologi, Tenaga Kerja, Startegi Pemasaran, dan Sikap Kewirausahaan Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

4.2.1.1 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

Menurut hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel modal terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Artinya apabila semakin tinggi atau besar modal yang dimiliki untuk membiayai keperluan usaha dan aktivitas produksi maka pendapatan usaha yang diperoleh akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Marfuah & Hartiyah (2019), yang menyatakan bahwa semakin besar modal yang dimiliki oleh pemilik yang digunakan untuk proses produksi maka pendapatan yang diperoleh semakin meningkat. Modal adalah salah satu hal yang sangat penting bagi seorang pengusaha saat akan memulai suatu usaha. Para pelaku usaha benar-benar menggunakan modal untuk membuka usaha. Tanpa adanya modal, pelaku usaha tidak dapat menjalankan usahanya sesuai dengan yang diinginkan. Maka dari itu untuk memperbanyak kekayaan terutama memperoleh pendapatan yang banyak, sangatlah diperlukan modal yang tinggi pula.

Para pelaku usaha dapat memperbanyak stok barang untuk dijual, melakukan aktifitas produksi dengan cepat, dan meningkatkan kualitas karena memiliki modal yang banyak. Menurut Rahmanda & Amanah (2021), semakin besar kuantitas yang diperoleh dan dihasilkan maka pendapatan usaha semakin banyak dikarenakan para pelaku usaha telah menjual produknya dengan jumlah

yang besar. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riawan & Kusnawan (2018) dan Aji & Listyaningrum (2021), yang menyatakan bahwa modal sendiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

4.2.1.2 Pengaruh Teknologi Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

Menurut hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel teknologi terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi penerapan teknologi maka semakin tinggi pendapatan usaha yang diperoleh.

Para pelaku usaha memanfaatkan teknologi untuk menjalankan usahanya. Mereka menggunakan teknologi seperti komputer dan mesin-mesin canggih untuk aktifitas bisnisnya. Hal tersebut terjadi karena pada saat ini era teknologi sudah sangat canggih, sehingga dapat menghasilkan produk yang banyak dengan kualitas yang tinggi dalam waktu yang singkat. Selain itu, penggunaan teknologi juga digunakan untuk aspek pemasaran dan penjualan. Para pelaku usaha menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter* untuk mempromosikan dan menjual produk. Mereka juga menggunakan *market place* seperti *shopee*, *tokopedia* untuk menjual produknya. Dengan menggunakan sosial media, para pelaku usaha dapat menjangkau pasarnya lebih luas, menggunakan biaya promosi yang lebih hemat dan waktu yang cukup singkat. Sehingga teknologi sangatlah berperan penting untuk menunjang usaha.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marfuah & Hartiyah (2019) dan Aji & Listyaningrum (2021) yang menyatakan bahwa

teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Artinya sudah banyak para pelaku usaha yang menggunakan teknologi informasi dengan benar sehingga paham betul kegunaan dan manfaat dari teknologi informasi.

4.2.1.3 Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

Menurut hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Hal ini dapat diartikan bahwa tenaga kerja tidak memiliki kontribusi terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

Hal ini sesuai dengan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ma'rufaa (2017) yaitu secara parsial tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Qulbi (2019) tenaga kerja berpengaruh terhadap pendapatan usaha, hal ini karena perbedaan besar usaha dan tempat usaha antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Qulbi.

Dalam hal ini tidak adanya pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya disebabkan karena beberapa faktor seperti kelebihan tenaga kerja dibandingkan dengan kebutuhan pekerjaan yang sebenarnya. Hal ini dapat menyebabkan inefisiensi dan pemborosan biaya tenaga kerja. Di samping itu, bisa juga disebabkan dari sistim gaji yang tidak adil atau tidak kompetitif sehingga dapat menurunkan motivasi karyawan. Hal ini dapat menyebabkan karyawan tetap tetapi produktivitas menurun, sehingga menjadi beban operasional. Bisa juga disebabkan karena faktor eksternal seperti keadaan

ekonomi yang buruk yang menyebabkan penurunan permintaan produk kopi sehingga pendapatan perusahaan menurun tetapi beban karyawan tetap.

4.2.1.4 Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

Menurut hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Hal ini dapat diartikan bahwa dengan meningkatkan strategi pemasaran yang baik dan benar maka akan semakin tinggi pendapatan usaha yang diperoleh.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh teori yang disampaikan oleh Dann & Dann (2011), Daryanto (2011), Kotler *et al.*, (2008) bahwa pendapatan pelaku usaha timbul adanya respon emosional terhadap produk yang digunakan, khususnya ketika harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengonsumsi produk itu. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang. Dari hasil penelitian tersebut yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM. Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan hal yang sama bahwa penggunaan dan pengelolaan strategi pemasaran yang baik dan benar akan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM. Beberapa penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian antara lain Asse (2018), Gustiana *et al.*, (2022), Jati & Yuliansyah (2017), dan Merdekawaty (2020).

4.2.1.5 Pengaruh Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

Menurut hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel sikap kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik dan tinggi sikap kewirausahaan yang dimiliki para pelaku usaha dalam berwirausaha, maka semakin tinggi pula pendapatan usaha yang didapat.

Seseorang yang memiliki sikap berwirausaha tinggi pasti memiliki kemauan yang tinggi dan keyakinan yang kuat dalam menjalankan usahanya agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar (Devi, 2021). Pelaku usaha kopi di Kota Tasikmalaya harus selalu berpikir positif agar mendapat keuntungan di masa yang akan datang, berusaha mengenal kelemahan perusahaan untuk menjadikan kelemahan itu sebagai pembelajaran agar usaha semakin berkembang. Selain itu, pelaku usaha yang memiliki sikap kewirausahaan juga harus bersikap kreatif, inovatif, percaya diri, memiliki sikap kepemimpinan, bertanggung jawab, dan berorientasi pada hasil. Oleh karena itu agar suatu usaha dapat berhasil, maka harus memiliki sikap dan pengetahuan yang banyak mengenai kewirausahaan (Gemina & A, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rakib (2010) yang menemukan bahwa dengan sikap kewirausahaan yang meliputi tingginya kedisiplinan, jujur dalam bertindak, memiliki kreatifitas yang tinggi maka dapat meningkatkan kinerja usaha kecil. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi (2021) dan Nurfitriya (2018) yang menemukan bahwa sikap kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Ketika

seorang pelaku usaha memiliki sikap kewirausahaan yang positif, maka pendapatan atau laba yang diperoleh pelaku usaha dapat bertambah.

4.2.2 Pengaruh Modal, Teknologi, Tenaga Kerja, Strategi Pemasaran, dan Sikap Kewirausahaan Secara Bersama-sama Terhadap Pendapatan *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil uji-F menunjukkan bahwa variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila variabel modal, teknologi, tenaga kerja, strategi pemasaran, dan sikap kewirausahaan mengalami peningkatan secara bersama-sama, maka akan memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Furqon (2017) bahwa modal usaha, lama usaha, strategi pemasaran dan sikap kewirausahaan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap pendapatan usaha. Bukan hanya itu, sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan Widyanti (2010) dengan judul penelitian pengaruh modal pinjaman, lama usaha, teknologi, dan tenaga kerja terhadap pendapatan umkm, yang menyebutkan bahwa modal pinjaman, lama usaha, teknologi, dan tenaga kerja memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap tingkat pendapatan usaha.