

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner



No. ID: _____

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI BISNIS TERHADAP INOVASI BISNIS DAN KINERJA USAHA MIKRO DAN KECIL DI JAWA TIMUR

Enumerator : Yuda Prawira

Tanggal isian : _____

Identitas Responden:

1. N a m a : _____
2. Jenis Kelamin : 1. Pria 2. Wanita
3. Pendidikan : 1. SMA 2. D-3 3. S1 4. S2/S3
4. Usia : 1. ≤ 25 2. 26- 35 3. 36-45 4. 46-55 5. 56-60 6. ≥ 61
5. Lama Usaha : 1. ≤ 5 2. 6- 10 3. 11-15 4. 16-20 5. 21-25 6. ≥ 26
6. Lokasi UMKM : 1. Gresik 2. Mojokerto 3. Surabaya 4. Sidoarjo
7. Jenis Usaha : 1. Aneka pakaian laki laki 2. Aneka pakaian wanita
3. Kain Batik 4. Aneka pakaian muslim 5. Aneka pakaian anak
6. Asesoris wanita 7. Aneka olahan makanan 8. Aneka olahan minuman
9. Dompet & tas 10. Sandal & Sepatu 11.....

Catatan: Lanjutkan isian kuesioner ini, jika sebagai pelaku usaha mikro dan kecil memenuhi kriteria dibawah:

1. Tetap aktif beraktivitas selama tahun 2021 – 2025
2. Sebagai pengelola usaha sekaligus sebagai pemilik
3. Telah memanfaatkan platform digital meskipun sangat sederhana (WhatsApp)
4. Berlokasi di kawasan sentra UMKM kota Surabaya, Gresik, Mojokerto, Sidoarjo

Mohon berikan jawaban atas serangkaian pertanyaan di bawah ini dengan cara memberi tanda centang di kolom pilihan jawaban yang tersedia, kesesuaian pilihan jawaban saudara akan memberi kontribusi terhadap realitas aktivitas bisnis UMKM saat ini, terima kasih.

Makna Pilihan:

1). Sangat tidak setuju, 2). Tidak setuju, 3).Netral/moderat, 4). Setuju, 5). Sangat setuju

No	Pernyataan Kuesioner	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
I	Variabel Orientasi Kewirausahaan:					
X _{1.1}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, jika terjadi perubahan manajemen saudara/i segera meresponnya dengan cepat					
X _{1.2}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, jika terjadi perubahan pasar saudara/i segera meresponnya dengan cepat					
X _{1.3}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, seharusnya saudara/i bijak dalam menghadapi persaingan yang terjadi					
X _{1.4}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, saudara/i harus bijak dalam memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk penguatan bisnis saat sekarang					
X _{1.5}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, saudara/i harus aktif mencari peluang baru agar bisnis tetap eksis ditengah persaingan yang ketat					
X _{1.6}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, saudara/i harus mempertimbangkan risiko secara cermat dalam pengambilan keputusan bisnis					
X _{1.7}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, saudara/i harus mampu mengelola sumber daya ekonomi secara bijak dan tepat sasaran					
X _{1.8}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, saudara/i harus bersikap mandiri dalam setiap menentukan arah pengembangan usaha saat ini dan masa mendatang					
X _{1.9}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, saudara/i harus mampu menentukan proses operasional dan bisnis secara sederhana, mudah dan cepat					
II	Variabel Motivasi Bisnis:					
X _{2.1}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, preferensi bekerja secara mandiri menjadi dorongan yang kuat untuk maju dan mengembangkan bisnis sendiri					
X _{2.2}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, preferensi bekerja secara mandiri menjadi dorongan yang kuat untuk maju dan mengembangkan bisnis sendiri					
X _{2.3}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, menjadikan ekspektasi sebagai pendorong yang kuat bahwa setiap program harus menjadi suksse dan berhasil					
X _{2.4}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, pengakuan status sosial dalam keluarga dan masyarakat mampu mendorong					

	keinginan menjadi wirausahawan sukses					
X _{2.5}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, aktualisasi kompetensi diri dapat memberi pengakuan bahwa sukses sebagai wirausahawan merupakan bukti nyata					
X _{2.6}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, kesuksesan sebagai wirausahawan yang mandiri, merupakan wujud pemenuhan status pribadi dan keluarga					
X _{2.7}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, menjadikan keterbatasan akses pekerjaan sebagai tantangan yang menarik menjadi sukses sebagai wirausahawan					
X _{2.8}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, menjadi seorang wirausahawan dapat menjadi sarana pemenuhan minat pribadi yang positif					
X _{2.9}	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, penghargaan atas capaian pribadi menjadi pendorong yang kuat untuk sukses menjadi wirausahawan sejati					
III	Variabel Inovasi Bisnis:					
Z ₁	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, berperilaku kreatif dan inovatif merupakan budaya yang terus dikembangkan untuk memperkuat bisnis berkelanjutan					
Z ₂	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, kemampuan menerapkan ide, gagasan dan nilai dapat mendukung penguatan bisnis secara berkelanjutan					
Z ₃	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, harus memiliki sensitivitas yang kuat terhadap perubahan teknologi digital agar mampu membawa bisnis yang lebih baik					
Z ₄	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, berperilaku efektif dan efisien merupakan konsep pengelolaan bisnis yang memberi kontribusi terhadap keberhasilan usahanya					
Z ₅	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, harus komitmen terhadap investasi teknologi digital agar mendukung kualitas operasional dan layanan yang lebih baik					
Z ₆	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, komitmen terhadap pengembangan bisnis merupakan kunci sukses menuju keberlanjutan bisnis yang lebih baik					
Z ₇	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, komitmen terhadap pengembangan SDM merupakan jembatan emas menuju pengelolaan bisnis yang efektif dan efisien					
Z ₈	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, harus komitmen terhadap pengembangan manajemen agar kompetensi manajemen mampu menjawab tantangan perubahan yang terjadi					
Z ₉	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, langkah cepat dalam mengadopsi nilai perubahan akan mendukung penguatan bisnis dan menjawab perubahan selera					

	masyarakat					
IV	Variabel Kinerja Usaha:					
Y ₁	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, peningkatan volume penjualan merupakan target yang harus dipertahankan dan dicapai sepanjang tahun					
Y ₂	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, peningkatan perolehan penjualan merupakan sasaran yang harus dicapai agar capaian laba dapat memenuhi target yang diinginkan					
Y ₃	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, peningkatan perolehan laba merupakan sasaran yang harus dijaga sepanjang waktu agar menjamin keberlanjutan bisnis dimasa mendatang					
Y ₄	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, menjaga peningkatan jumlah pelanggan merupakan target yang harus diupayakan sepanjang waktu agar penjualannya terjaga dengan baik					
Y ₅	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, bekerja keras untuk menjaga peningkatan modal dan asset merupakan tujuan bisnis jangka Panjang yang tidak boleh diabaikan					
Y ₆	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, menjaga prinsip efektif dalam bisnis merupakan langkah konkrit menjaga peningkatan efisiensi biaya secara menyeluruh dalam bisnisnya					
Y ₇	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, peningkatan kualitas proses dan layanan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan nilai kepuasan pada konsumennya					
Y ₈	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, peningkatan efektivitas kegiatan merupakan langkah strategis dalam membangun kualitas bisnis menjadi lebih baik					
Y ₉	Sebagai pelaku usaha mikro dan kecil, peningkatan order pesanan secara berkala merupakan target yang harus dimaksimalkan sepanjang waktu agar penjualannya tetap terjaga					

Surabaya, Januari 2026

Enumerator,

Yuda Prawira

Lampiran 2: Hasil Pengujian Validitas & Reliabilitas

No	Variabel	Indikator	Nilai	Nilai standar	Kriteria
1	Orientasi Kewirausahaan (X1)	X _{1.1}	0,588	0,30	Valid
2		X _{1.2}	0,462	0,30	Valid
3		X _{1.3}	0,623	0,30	Valid
4		X _{1.4}	0,669	0,30	Valid
5		X _{1.5}	0,704	0,30	Valid
6		X _{1.6}	0,587	0,30	Valid
7		X _{1.7}	0,604	0,30	Valid
8		X _{1.8}	0,533	0,30	Valid
9		X _{1.9}	0,619	0,30	Valid
10	Motivasi Bisnis (X2)	X _{2.1}	0,594	0,30	Valid
11		X _{2.2}	0,591	0,30	Valid
12		X _{2.3}	0,711	0,30	Valid
13		X _{2.4}	0,801	0,30	Valid
14		X _{2.5}	0,751	0,30	Valid
15		X _{2.6}	0,674	0,30	Valid
16		X _{2.7}	0,714	0,30	Valid
17		X _{2.8}	0,695	0,30	Valid
18		X _{2.9}	0,745	0,30	Valid
19	Inovasi Bisnis (Z)	Z _{1.1}	0,668	0,30	Valid
20		Z _{1.2}	0,461	0,30	Valid
21		Z _{1.3}	0,494	0,30	Valid
22		Z _{1.4}	0,619	0,30	Valid
23		Z _{1.5}	0,632	0,30	Valid
24		Z _{1.6}	0,683	0,30	Valid
25		Z _{1.7}	0,611	0,30	Valid
26		Z _{1.8}	0,568	0,30	Valid
27		Z _{1.9}	0,627	0,30	Valid
28	Kinerja Usaha (Y)	Y _{1.1}	0,526	0,30	Valid
29		Y _{1.2}	0,547	0,30	Valid
30		Y _{1.3}	0,567	0,30	Valid
31		Y _{1.4}	0,814	0,30	Valid
32		Y _{1.5}	0,669	0,30	Valid
33		Y _{1.6}	0,818	0,30	Valid
34		Y _{1.7}	0,766	0,30	Valid
35		Y _{1.8}	0,801	0,30	Valid
36		Y _{1.9}	0,646	0,30	Valid
No	Variabel		Cronback's Alpha	Nilai Standar	Kriteria
1	Orientasi kewirausahaan		0,761	0,60	Reliabel
2	Motivasi Bisnis		0,819	0,60	Reliabel
3	Inovasi Bisnis		0,708	0,60	Reliabel
4	Kinerja Usaha		0,793	0,60	Reliabel

Lampiran 3: Print Out Uji Validitas

1. Variabel X1 (Orientasi Kewirausahaan)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.424	.491*	.352	.571	.471*	.566*	.406	.531	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.002	.000	.000	.001	.001	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.2	Pearson Correlation	.424	1	.386	.420	.417	.549	.469*	.461	.321**	.462**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.002	.000	.007	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.3	Pearson Correlation	.391*	.486	1	.548	.498	.441	.432	.530	.466*	.623**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004		.000	.001	.000	.000	.000	.005	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.4	Pearson Correlation	.452	.520	.448	1	.403	.560	.502	.403	.568*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.004	.000	.000	.001	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.5	Pearson Correlation	.471	.417	.398	.513	1	.460	.483	.515	.520	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.6	Pearson Correlation	.471*	.549	.441	.560	.460	1	.564	.475	.497**	.587*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003		.004	.000	.000	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.7	Pearson Correlation	.466*	.569*	.432	.402	.483	.564	1	.454	.446	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.004		.001	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.8	Pearson Correlation	.406	.461	.530	.503	.415	.475	.554	1	.553	.533**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X1.9	Pearson Correlation	.431	.621**	.566*	.468*	.420	.497**	.546	.453	1	.619
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.588**	.462**	.623**	.669**	.704**	.587*	.604**	.533**	.619	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Variabel X2 (Motivasi Bisnis)

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.436	.454	.564*	.423	.539	.530	.427	.425	.594*
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.008	.001	.004	.000	.001	.007	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.2	Pearson Correlation	.436	1	.563*	.438	.508	.427	.467	.540	.467**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.3	Pearson Correlation	.654	.463*	1	.488*	.561	.648	.503*	.431	.648	.711*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.001	.000	.000	.001	.002	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.4	Pearson Correlation	.464*	.538	.488*	1	.520**	.475*	.712*	.592	.647	.801
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003		.001	.001	.000	.000	.001	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.5	Pearson Correlation	.523	.478	.561	.520**	1	.482**	.705	.424	.566*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.003		.001	.000	.000	.006	.002
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.6	Pearson Correlation	.539	.427	.448	.575*	.482**	1	.665*	.440	.544**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.004	.001		.000	.001	.003	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.7	Pearson Correlation	.519	.419	.614	.510	.452	.546	1	.428	.655	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.002	.001		.004	.000	.002
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.8	Pearson Correlation	.527	.640	.601	.492	.524	.540	.428	1	.475**	.695*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.004	.002	.004		.001	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
X2.9	Pearson Correlation	.525	.467**	.548	.547	.466*	.544**	.655	.475**	1	.745
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000	.003	.000	.001		.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.594*	.591**	.711*	.801	.751**	.674**	.714**	.695*	.745	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Variabel Z (Inovasi Bisnis)

		Correlations									
		Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Z1.7	Z1.8	Z1.9	TOTAL_Z
Z1.1	Pearson Correlation	1	.423	.575**	.665	.486	.560	.451**	.653	.540	.668*
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.2	Pearson Correlation	.453	1	.446	.551	.447	.502*	.474	.446	.541**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.3	Pearson Correlation	.475**	.406	1	.532**	.609	.452	.434**	.460	.543	.494**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.4	Pearson Correlation	.485	.451	.532**	1	.655	.503*	.544	.519	.614	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.001	.001	.001	.000	.001	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.5	Pearson Correlation	.552	.547	.469	.455	1	.661	.466	.531	.615	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.001	.002	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.6	Pearson Correlation	.460	.502*	.452	.263*	.561	1	.470	.512	.416**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000		.001	.002	.001	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.7	Pearson Correlation	.471**	.474	.534**	.644	.466	.470	1	.568	.485*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.004		.000	.002	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.8	Pearson Correlation	.453	.546	.460	.419	.431	.412	.468	1	.547**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.003	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Z1.9	Pearson Correlation	.540	.441**	.543	.614	.515	.516**	.485*	.447**	1	.627
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.001	.009	.000	.001		.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
TOTAL_Z	Pearson Correlation	.668*	.461**	.494**	.619**	.632**	.683**	.611**	.568**	.627	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Variabel Y (Kinerja Usaha)

		Correlations									
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	TOTAL_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.482*	.535	.464*	.535	.530	.544	.467	.449	.526**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.2	Pearson Correlation	.482*	1	.485*	.536	.435	.516	.334	.426	.431	.547**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.3	Pearson Correlation	.435	.485*	1	.526	.606	.514	.462	.520	.435	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.002	.000	.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.4	Pearson Correlation	.464*	.536	.526	1	.664	.764*	.682	.550	.786	.814**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.002	.000	.001	.001	.000	.002
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.5	Pearson Correlation	.535	.635	.606	.564	1	.603*	.499	.701	.426	.669*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.002		.000	.002	.000	.001	.002
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.6	Pearson Correlation	.613	.716	.614	.664*	.501*	1	.491	.655	.769*	.818*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.001		.000	.000	.002	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.7	Pearson Correlation	.644	.734	.662	.482	.499	.591	1	.690	.701	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.001		.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.8	Pearson Correlation	.767	.626	.628	.651	.570	.655	.490	1	.529**	.801*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.003		.000	.001
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
Y1.9	Pearson Correlation	.549	.631	.535	.486	.626	.469*	.601	.529**	1	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.001	.002	.000	.000		.002
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.526**	.547**	.567**	.814**	.669*	.818*	.766**	.801*	.646**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	146	146	146	146	146	146	146	146	146	146

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4: Uji Reliabilitas

1. Variabel X1 (Orientasi Kewirausahaan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	146	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	146	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.761	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3.45	.676	146
X1.2	4.23	.466	146
X1.3	4.64	.560	146
X1.4	4.13	.579	146
X1.5	4.68	.537	146
X1.6	4.27	.516	146
X1.7	3.55	.761	146
X1.8	4.62	.589	146
X1.9	4.53	.577	146

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	34.66	2.254	.652	.616 ^a
X1.2	33.88	2.035	.612	.697 ^a
X1.3	33.47	2.154	.640	.655 ^a
X1.4	33.98	2.255	.608	.677 ^a
X1.5	33.43	2.192	.650	.642 ^a
X1.6	33.84	2.368	.646	.643 ^a
X1.7	34.55	2.028	.695	.698 ^a
X1.8	33.49	2.141	.650	.646 ^a
X1.9	33.58	2.522	.647	.628 ^a

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38.11	2.402	1.550	9

2. Variabel X2 (Motivasi Bisnis)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	146	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	146	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.819	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	3.62	.613	146
X2.2	4.24	.459	146
X2.3	4.70	.503	146
X2.4	4.29	.514	146
X2.5	4.68	.497	146
X2.6	4.34	.502	146
X2.7	4.26	.644	146
X2.8	4.71	.487	146
X2.9	4.64	.481	146

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	35.86	1.965	.647	.656 ^a
X2.2	35.23	1.759	.609	.683 ^a
X2.3	34.77	1.866	.638	.805 ^a
X2.4	35.18	1.989	.641	.626 ^a
X2.5	34.79	1.826	.600	.754 ^a
X2.6	35.14	1.809	.686	.615 ^a
X2.7	35.21	1.941	.642	.674 ^a
X2.8	34.77	1.870	.635	.614 ^a
X2.9	34.83	1.881	.509	.642 ^a

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.47	1.803	.896	9

3. Variabel Z (Inovasi Bisnis)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	146	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	146	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.708	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Z1.1	3.55	.576	146
Z1.2	4.10	.602	146
Z1.3	4.03	.728	146
Z1.4	3.96	.524	146
Z1.5	4.08	.638	146
Z1.6	4.12	.638	146
Z1.7	3.49	.624	146
Z1.8	4.30	.555	146
Z1.9	4.27	.505	146

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1.1	32.36	1.750	.672	.601 ^a
Z1.2	31.81	1.439	.670	.792 ^a
Z1.3	31.88	1.626	.763	.688 ^a
Z1.4	31.95	1.646	.688	.646 ^a
Z1.5	31.83	1.495	.750	.725 ^a
Z1.6	31.79	1.534	.653	.738 ^a
Z1.7	32.42	1.556	.678	.664 ^a
Z1.8	31.61	1.591	.766	.682 ^a
Z1.9	31.64	1.888	.642	.728 ^a

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
35.91	1.668	1.291	9

4. Variabel Y (Kinerja Usaha)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	146	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	146	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
.793	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1.1	4.31	.519	146
Y1.2	4.42	.495	146
Y1.3	4.27	.505	146
Y1.4	4.12	.343	146
Y1.5	4.21	.469	146
Y1.6	4.17	.378	146
Y1.7	4.18	.525	146
Y1.8	4.34	.476	146
Y1.9	4.29	.472	146

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	34.01	1.097	.656	.635 ^a
Y1.2	33.90	1.210	.637	.692 ^a
Y1.3	34.04	1.047	.702	.736 ^a
Y1.4	34.20	1.153	.601	.699 ^a
Y1.5	34.11	1.243	.655	.772 ^a
Y1.6	34.14	1.172	.645	.644 ^a
Y1.7	34.13	1.052	.622	.704 ^a
Y1.8	33.97	1.213	.632	.605 ^a
Y1.9	34.02	1.165	.788	.576 ^a

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38.32	1.197	1.094	9

Lampiran 5: UJI REGRESI LINEAR BERGANDA (MODEL I)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Inovasi_Bisnis	35.91	1.291	146
Orientasi_Kewirausahaan	38.11	1.550	146
Motivasi_Bisnis	39.47	.896	146

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Motivasi_Bisnis, Orientasi_Kewirausahaan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Inovasi_Bisnis

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.628 ^a	.416	.384	1.247	1.968

a. Predictors: (Constant), Motivasi_Bisnis, Orientasi_Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Inovasi_Bisnis

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	119.396	2	69.698	6.234	.003 ^b
	Residual	222.446	143	1.556		
	Total	341.842	145			

a. Dependent Variable: Inovasi_Bisnis

b. Predictors: (Constant), Motivasi_Bisnis, Orientasi_Kewirausahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.057	14.585		4.810	.000		
	Orientasi_Kewirausahaan	.316	.076	.296	2.105	.019	.775	1.290
	Motivasi_Bisnis	.397	.131	.278	1.498	.028	.775	1.290

a. Dependent Variable: Inovasi_Bisnis

Lampiran 6: UJI REGRESI LINEAR BERGANDA (MODEL II)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kinerja_Usaha	38.32	1.094	146
Orientasi_Kewirausahaan	38.11	1.550	146
Motivasi_Bisnis	39.47	.896	146
Inovasi_Bisnis	35.91	1.291	146

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasi_Bisnis, Motivasi_Bisnis, Orientasi_Kewirausahaan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.746 ^a	.618	.598	1.348	2.842

a. Predictors: (Constant), Inovasi_Bisnis, Motivasi_Bisnis, Orientasi_Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.981	3	60.327	25.814	.001 ^b
	Residual	194.525	142	2.088		
	Total	323.506	145			

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi_Bisnis, Motivasi_Bisnis, Orientasi_Kewirausahaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.783	1.134	.205	.000		
	Orientasi_Kewirausahaan	.436	.164	.417	.037	.752	2.330
	Motivasi_Bisnis	.367	.358	.358	.031	.763	2.310
	Inovasi_Bisnis	.298	.070	.293	.048	.920	2.087

a. Dependent Variable: Kinerja_Usaha