

**ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN  
LOKASI USAHA TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING PADA OKE PONSEL**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan  
Pendidikan Strata Satu (S-1)

**SKRIPSI**



**Ditulis oleh:  
WILLIAN CANDRA  
201010231**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA  
MEDAN  
2024**

## **LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel**

Yang dipersiapkan oleh:

**WILLIAN CANDRA**

**201010231**

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 27 Juni 2024

Pembimbing 1,



Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.  
NIDN: 0112027303

Pembimbing 2



Dra. Pesta Gultom, M.M.  
NIDN: 0117126501

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel

Yang dipersiapkan oleh:

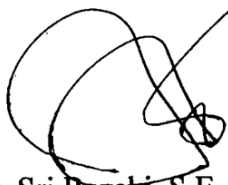
**WILLIAN CANDRA**

**201010231**

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau.

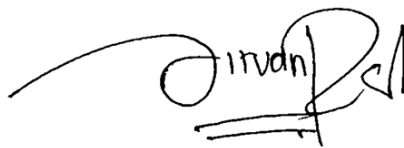
Medan, 2 Juli 2024

Penguji 1,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.  
NIDN: 0006037202

Penguji 2



Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.  
NIDN: 0115019003

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

|               |   |                                                                                                     |
|---------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama          | : | Willian Candra                                                                                      |
| NIM           | : | 201010231                                                                                           |
| Judul Skripsi | : | Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel |
| Pembimbing 1  | : | Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.                                                             |
| Pembimbing 2  | : | Dra. Pesta Gultom, M.M.                                                                             |

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 27 Agustus 2024



Willian Candra  
201010231

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel**” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M
5. Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 27 Juni 2024  
Penulis

Willian Candra  
201010231

## ABSTRAK

**Willian Candra, 201010231, 2024, Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II: Dra. Pesta Gultom, M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Oke Ponsel. Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli produk Oke Ponsel yang jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti. Jumlah sampel adalah 130 dengan pedoman Hair. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan accidental sampling. Data dianalisis dengan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan persamaan **Keunggulan Bersaing = 1,608 + 0,810 Diferensiasi Produk + 0,398 Lokasi Usaha**. Peneliti juga menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada Oke Ponsel dan variabel Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada Oke Ponsel. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada Oke Ponsel. Koefisien determinasi sebesar 0,815 artinya 81,5% variabel Keunggulan Bersaing hanya dapat dijelaskan variabel Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha dan sisanya sebesar 18,5% variabel Keunggulan Bersaing dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti Kreativitas dan Harga.

**Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Lokasi Usaha, Keunggulan Bersaing**

## **ABSTRACT**

**Willian Candra, 201010231, 2024, Analysis of the Effect of Product Differentiation and Business Location on Competitive Advantage at Oke Ponsel, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Advisor II: Dra. Pesta Gultom, M.M.**

*This research aims to find out whether there is an influence of Product Differentiation and Business Location on Competitive Advantage at Oke Ponsel. The type of data for this research is quantitative data and the data sources used are primary data and secondary data. The population in this study are all consumers who have purchased Oke Ponsel products, the number of which cannot be known with certainty. The number of samples was 130 with Hair guidelines. The sampling technique uses accidental sampling. The data was analyzed using the multiple regression analysis method which produced the equation **Competitive Advantage = 1.608 + 0.810 Product Differentiation + 0.398 Business Location**. Researchers also used a significance level of 5%. The partial research results show that the Product Differentiation variable has a significant effect on Competitive Advantage at Oke Ponsel and the Business Location variable has a significant effect on Competitive Advantage at Oke Ponsel. Simultaneous research results show that the variables Product Differentiation and Business Location have a significant effect on Competitive Advantage at Oke Ponsel. The coefficient of determination is 0.815, meaning that 81.5% of the Competitive Advantage variable can only be explained by the Product Differentiation and Business Location variables and the remaining 18.5% of the Competitive Advantage variable can be explained by other variables not included in the research model such as Creativity and Price.*

**Keywords: Business Location, Competitive Advantage, Product Differentiation**

## **MOTTO**

**“Jangan takut gagal, takutlah tidak pernah mencoba”**

**( Willian Candra )**

**“Dalam hidup saya, yang penting bukanlah seberapa banyak yang telah kita  
capai, melainkan seberapa banyak kita telah melewati hari-hari sulit**

**( Jack Ma )**

## **PERSEMBAHAN**

SKRIPSI ini kupersembahkan kepada:

Untuk TUHAN yang selalu memberi karunia nya dalam hidupku.

Untuk Papa dan Mama yang tercinta terima kasih atas dukungan dan memotivasiku agar tidak mudah patah semangat.

Untuk dosen pembimbing saya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. dan Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. Terima kasih banyak atas waktu dan bimbingan Ibu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.

Teman-teman yang telah membantuku selama pengerjaan skripsi. Terima kasih karena akhirnya skripsi ini dapat kita selesaikan bersama-sama.

## DAFTAR ISI

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| COVER                           |      |
| LEMBAR PERSETUJUAN              |      |
| LEMBAR PENGESAHAN               |      |
| PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME |      |
| KATA PENGANTAR .....            | v    |
| ABSTRAK.....                    | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....           | viii |
| MOTTO .....                     | ix   |
| PERSEMBAHAN .....               | x    |
| DAFTAR ISI.....                 | xi   |
| DAFTAR TABEL.....               | xv   |
| DAFTAR GAMBAR .....             | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....            | xvii |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Penelitian ..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....       | 7 |
| 1.3 Batasan Masalah.....            | 7 |
| 1.4 Rumusan Masalah .....           | 8 |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....         | 8 |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....        | 9 |

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Tinjauan Pustaka .....                                | 11 |
| 2.1.1 Keunggulan Bersaing .....                           | 11 |
| 2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....               | 11 |
| 2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing..... | 12 |
| 2.1.1.3 Fungsi Keunggulan Bersaing .....                  | 13 |

|         |                                                   |    |
|---------|---------------------------------------------------|----|
| 2.1.1.4 | Prinsip Keunggulan Bersaing.....                  | 15 |
| 2.1.1.5 | Indikator Keunggulan Bersaing .....               | 16 |
| 2.1.2   | Diferensiasi Produk .....                         | 17 |
| 2.1.2.1 | Pengertian Diferensiasi Produk.....               | 17 |
| 2.1.2.2 | Strategi Diferensiasi Produk .....                | 18 |
| 2.1.2.3 | Manfaat Diferensiasi Produk.....                  | 19 |
| 2.1.2.4 | Atribut Diferensiasi Produk .....                 | 20 |
| 2.1.2.5 | Indikator Diferensiasi Produk .....               | 22 |
| 2.1.3   | Lokasi Usaha .....                                | 23 |
| 2.1.3.1 | Pengertian Lokasi Usaha.....                      | 23 |
| 2.1.3.2 | Keuntungan Lokasi Usaha .....                     | 24 |
| 2.1.3.3 | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lokasi Usaha..... | 25 |
| 2.1.3.4 | Tujuan Lokasi Usaha.....                          | 26 |
| 2.1.3.5 | Indikator Lokasi Usaha .....                      | 26 |
| 2.2     | Penelitian Terdahulu .....                        | 27 |
| 2.3     | Kerangka Pemikiran.....                           | 29 |
| 2.4     | Hipotesis.....                                    | 30 |

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|       |                                               |    |
|-------|-----------------------------------------------|----|
| 3.1   | Lokasi dan Waktu Penelitian .....             | 31 |
| 3.1.1 | Lokasi Penelitian .....                       | 31 |
| 3.1.2 | Waktu Penelitian .....                        | 31 |
| 3.2   | Jenis dan Sumber Data .....                   | 31 |
| 3.2.1 | Jenis Data .....                              | 31 |
| 3.2.2 | Sumber Data .....                             | 31 |
| 3.3   | Populasi dan Sampel .....                     | 32 |
| 3.3.1 | Populasi .....                                | 32 |
| 3.3.2 | Sampel .....                                  | 32 |
| 3.4   | Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 33 |
| 3.5   | Teknik Pengumpulan Data.....                  | 34 |

|         |                                         |    |
|---------|-----------------------------------------|----|
| 3.6     | Teknik Analisis Data .....              | 35 |
| 3.6.1   | Uji Validitas .....                     | 35 |
| 3.6.2   | Uji Reliabilitas .....                  | 35 |
| 3.6.3   | Uji Asumsi Klasik .....                 | 35 |
| 3.6.3.1 | Uji Normalitas .....                    | 35 |
| 3.6.3.2 | Uji Multikolinearitas .....             | 36 |
| 3.6.3.3 | Uji Heteroskedastisitas .....           | 37 |
| 3.6.4   | Analisis Regresi Linear Berganda .....  | 37 |
| 3.6.5   | Uji Hipotesis .....                     | 38 |
| 3.6.5.1 | Uji t (Uji Parsial) .....               | 38 |
| 3.6.5.2 | Uji F (Uji Simultan) .....              | 39 |
| 3.6.6   | Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi) ..... | 40 |

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|         |                                                                                  |    |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1     | Hasil Penelitian .....                                                           | 41 |
| 4.1.1   | Sejarah Singkat Oke Ponsel .....                                                 | 41 |
| 4.1.2   | Visi dan Misi Oke Ponsel .....                                                   | 42 |
| 4.1.2.1 | Visi .....                                                                       | 42 |
| 4.1.2.2 | Misi .....                                                                       | 42 |
| 4.1.3   | Struktur Organisasi Oke Ponsel .....                                             | 42 |
| 4.1.4   | Karakteristik Responden .....                                                    | 45 |
| 4.1.4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....                                   | 45 |
| 4.1.4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                          | 45 |
| 4.1.4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                              | 46 |
| 4.1.4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Belanja Di Oke Ponsel .....  | 47 |
| 4.1.4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Setiap Kali Transaksi ..... | 47 |

|         |                                                                                  |    |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.5   | Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                             | 48 |
| 4.1.5.1 | Uji Validitas .....                                                              | 48 |
| 4.1.5.2 | Uji Reliabilitas .....                                                           | 50 |
| 4.1.6   | Uji Asumsi Klasik .....                                                          | 52 |
| 4.1.6.1 | Uji Normalitas .....                                                             | 52 |
| 4.1.6.2 | Uji Multikolinearitas .....                                                      | 53 |
| 4.1.6.3 | Uji Heteroskedastisitas .....                                                    | 54 |
| 4.1.7   | Analisis Regresi Linear Berganda .....                                           | 55 |
| 4.1.8   | Uji Hipotesis .....                                                              | 56 |
| 4.1.8.1 | Uji t (Uji Parsial) .....                                                        | 56 |
| 4.1.8.2 | Uji F (Uji Simultan) .....                                                       | 59 |
| 4.1.9   | Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi) .....                                          | 61 |
| 4.1.10  | Kontribusi Variabel Penelitian .....                                             | 61 |
| 4.2     | Pembahasan .....                                                                 | 63 |
| 4.2.1   | Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing .....                  | 63 |
| 4.2.2   | Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing .....                         | 64 |
| 4.2.3   | Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing ..... | 65 |

## **BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

|     |                            |    |
|-----|----------------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan .....           | 66 |
| 5.2 | Saran Akademis .....       | 66 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial ..... | 67 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                                  |    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1  | Daftar Toko Ponsel Di Jl. Setia Budi Medan .....                                 | 3  |
| Tabel 1.2  | Daftar Keuntungan Toko Ponsel Di Jl. Setia Budi Medan Tahun 2023 .....           | 4  |
| Tabel 1.3  | Daftar Pendapatan dan Keuntungan Toko Ponsel Tahun 2019-2023 .....               | 5  |
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu .....                                                       | 28 |
| Tabel 3.1  | Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....                  | 33 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....                                   | 45 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                          | 46 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                              | 46 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Belanja Di Oke Ponsel .....  | 47 |
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Setiap Kali Transaksi ..... | 48 |
| Tabel 4.6  | Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk .....                           | 49 |
| Tabel 4.7  | Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha .....                                  | 49 |
| Tabel 4.8  | Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing .....                           | 50 |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji Reliabilitas .....                                                     | 51 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Normalitas ( <i>Kolmogorov-Smirnov</i> ) .....                         | 52 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Multikolinearitas .....                                                | 54 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                                          | 55 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji t .....                                                                | 57 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji F .....                                                                | 60 |
| Tabel 4.15 | Uji Koefisien Determinasi .....                                                  | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                                |    |
|------------|----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Denah Toko Ponsel Di Jl. Setia Budi .....                      | 6  |
| Gambar 1.2 | Lokasi Oke Ponsel .....                                        | 6  |
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran .....                                       | 30 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi Oke Ponsel.....                            | 43 |
| Gambar 4.2 | Hasil Uji Normalitas (Histogram) .....                         | 52 |
| Gambar 4.3 | Hasil Uji Normalitas ( <i>Normal Probability Plots</i> ) ..... | 53 |
| Gambar 4.4 | Hasil Uji Heteroskedastisitas ( <i>Scatterplot</i> ) .....     | 55 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|             |                                                                        |
|-------------|------------------------------------------------------------------------|
| Lampiran 1  | Lembaran Kuesioner                                                     |
| Lampiran 2  | Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas                           |
| Lampiran 3  | Hasil Analisis Data Validitas Diferensiasi Produk ( $X_1$ )            |
| Lampiran 4  | Hasil Analisis Data Reliabilitas Diferensiasi Produk Manusia ( $X_1$ ) |
| Lampiran 5  | Hasil Analisis Data Validitas Lokasi Usaha ( $X_2$ )                   |
| Lampiran 6  | Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi Usaha ( $X_2$ )                |
| Lampiran 7  | Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing (Y)                  |
| Lampiran 8  | Hasil Analisis Data Reliabilitas Keunggulan Bersaing (Y)               |
| Lampiran 9  | Tabulasi Kuesioner Responden                                           |
| Lampiran 10 | Hasil Uji Normalitas                                                   |
| Lampiran 11 | Hasil Uji Multikolinearitas                                            |
| Lampiran 12 | Hasil Uji Heteroskedastisitas                                          |
| Lampiran 13 | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda                                 |
| Lampiran 14 | Hasil Pengujian Hipotesis                                              |
| Lampiran 15 | Hasil Uji Koefisien Determinasi                                        |
| Lampiran 16 | Hasil Kontribusi Variabel Penelitian                                   |
| Lampiran 17 | r Tabel                                                                |
| Lampiran 18 | Tabel Uji t                                                            |
| Lampiran 19 | Tabel Uji F                                                            |
| Lampiran 20 | Surat Ijin Riset                                                       |
| Lampiran 21 | Surat Balasan Riset                                                    |
| Lampiran 22 | Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempu                                  |
| Lampiran 23 | Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan 1                                    |
| Lampiran 24 | Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan 2                                    |
| Lampiran 25 | Daftar Riwayat Hidup                                                   |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bisnis pada industri komunikasi semakin lama semakin berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman, tingginya permintaan konsumen membuat persaingan bisnis di dunia industri komunikasi semakin ketat, perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia telah melonjak pesat, mendorong berbagai inovasi dan usaha di industri komunikasi. Ponsel pintar dan internet telah menjadi bagian yang melekat di kehidupan sehari-hari, didukung oleh operator seluler seperti Telkomsel dan Indosat. Digitalisasi media, *e-commerce*, dan pembayaran digital pun semakin berkembang dengan memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sehingga tantangan seperti aksesibilitas internet di daerah terpencil dan keamanan *cyber* tetap menjadi fokus untuk ditempuh.

Dalimunthe (2017) mengatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan kompetitor. Sebelum melakukan perumusan strategi pemasarannya, pelaku usaha harus mengamati faktor lingkungan dan memahami tujuan, kekuatan, serta kelemahan pesaingnya untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing secara terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik dipasar maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pelanggan. Pelanggan umumnya lebih

memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya.

Diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen, dengan adanya diferensiasi produk, konsumen akan lebih tertarik karena barang yang dihasilkan oleh perusahaan dianggap berbeda, terdapat banyak pilihan baik dari segi rasa, warna, bentuk maupun kemasan yang disajikan atau unik menurut konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang melakukan diferensiasi produk. Dengan kata lain semakin besar diferensiasi produk dapat meningkatkan keunggulan bersaing terhadap pesaing usaha.

Fitriyani et al. (2019) mengatakan lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Dengan kata lain lokasi usaha yang strategis dapat memenangkan persaingan usaha dengan usaha lain yang sejenis.

Salah satu lokasi yang mendapatkan persaingan bisnis di industri komunikasi adalah toko-toko ponsel yang ada di jalan Setia Budi Medan. Dengan bermodalkan *handphone*, beberapa pelaku usaha yang ingin bergelut dalam usaha

ini sudah bisa menjalankan bisnis komunikasi. Sehingga dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan, jumlah kios ponsel terus bermunculan di jalan Setia Budi Medan. Pelaku usaha harus mampu dalam mendapatkan target pasar untuk mempertahankan kelangsungan kegiatan usahanya dan juga supaya dapat bersaing secara sehat dengan para pesaing. Persaingan yang ada di dunia bisnis inilah yang akan mendorong perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan dan juga inovasi dalam produk serta strategi-strategi yang tepat agar tidak kalah saing dengan perusahaan lainnya. Beberapa usaha toko ponsel yang ada di jalan Setia Budi Medan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**

*Daftar Toko Ponsel Di Jl. Setia Budi Medan*

| No  | Nama Ponsel       | Alamat Ponsel                                                                                            |
|-----|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01. | 1000 PONSEL       | Jl. Setia Budi No.476A, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20133                  |
| 02. | CHRISTIAN PONSEL  | Jl. Setia Budi No.143, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132                   |
| 03. | ARIE PONSEL       | Jl. Setia Budi No.24, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132                    |
| 04. | NICE PONSEL       | Jl. Setia Budi No.19A, Tj. Rejo, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20119                    |
| 05. | UTITECH PONSEL    | Jalan Setia Budi Pasar 1 Tj. Sari No 67, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132 |
| 06. | UNIVERSAL SELULER | Jl. Setia Budi, Tj. Rejo, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122                           |
| 07. | MENARA SELULER    | Jl. Setia Budi No.347b, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132                  |
| 08. | FALYA PONSEL      | Jl. Setia Budi No.142, Tj. Rejo, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20154                   |
| 09. | OKE PONSEL        | Jl. Setia Budi, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera Utara 20132                          |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Penelitian ini memilih Oke Ponsel yang terletak di Kota Medan yang beralamatkan di Jln. Setia Budi Tj. Sari Medan yang sudah dibangun kurang lebih

8 tahun. Untuk dapat bersaing di dunia bisnis Oke Ponsel memiliki strategis perkembangan bisnis yaitu diferensiasi produk dan oke ponsel juga memiliki lokasi yang strategis yang memberikan perkembangan baik bagi Oke Ponsel sehingga usaha Oke Ponsel dapat bersaing didunia bisnis komunikasi. Dengan menempatkan usaha mereka di lokasi yang strategis dan mudah diakses, Oke Ponsel berusaha menciptakan pengalaman belanja yang nyaman bagi konsumen. Berikut ini keuntungan beberapa toko ponsel di Jalan Setia Budi pada tahun 2023 adalah:

**Tabel 1.2**

*Daftar Keuntungan Toko Ponsel Di Jl. Setia Budi Medan Tahun 2023*

| No  | Nama Ponsel       | Jumlah Keuntungan Tahun 2023 |
|-----|-------------------|------------------------------|
| 01. | CHRISTIAN PONSEL  | Rp. 65.389.000.              |
| 02. | UNIVERSAL SELULER | Rp. 64.948.000.              |
| 03. | MENARA SELULER    | Rp. 66.200.000.              |
| 04. | OKE PONSEL        | Rp. 63.547.000.              |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Dilihat dari data di atas Oke Ponsel mendapatkan keuntungan yang paling sedikit dibanding dengan toko ponsel lainnya. Oke Ponsel hanya menerapkan sistem jaringan marketing dari pelanggan yang pernah berbelanja di toko. Harga yang kompetitif harus dapat diimplementasikan oleh Oke Ponsel untuk tetap bisa mengembangkan dan menarik konsumen serta ketatnya persaingan antar toko dengan usaha sejenis dan area yang berdekatan menjadi permasalahan Oke Ponsel untuk tetap unggul dalam bersaing

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh peneliti, berikut laporan pendapatan dan keuntungan lima tahun terakhir dari Oke Ponsel:

**Tabel 1.3***Daftar Pendapatan dan Keuntungan Toko Ponsel Tahun 2019-2023*

| <b>PeriodeTahun</b> | <b>Pendapatan Pertahun</b> | <b>Modal Pertahun</b> | <b>Laba Pertahun</b> |
|---------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------|
| 2019                | Rp. 58.900.000             | Rp. 43.600.000        | Rp. 44.700.000       |
| 2020                | Rp. 94.550.000             | Rp. 76.500.000        | Rp. 74.780.000       |
| 2021                | Rp. 105.100.000            | Rp. 76.500.000        | Rp. 69.500.000       |
| 2022                | Rp. 146.300.000            | Rp. 65.300.000        | Rp. 66.500.000       |
| 2023                | Rp. 128.639.000            | Rp. 57.350.500        | Rp. 63.547.000       |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Data diatas menunjukkan bahwa laba per tahun dari Oke Ponsel menurun mulai dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023. Hal ini disebabkan karena rendahnya kemampuan manajemen dalam memberikan pelayanan yang berbeda dari pesaingnya dan juga bertambahnya toko ponsel yang baru yang ada di sepanjang jalan Setia Budi Medan yang menyebabkan pelanggan tidak menjadikan Oke Ponsel sebagai pilihan pertama.

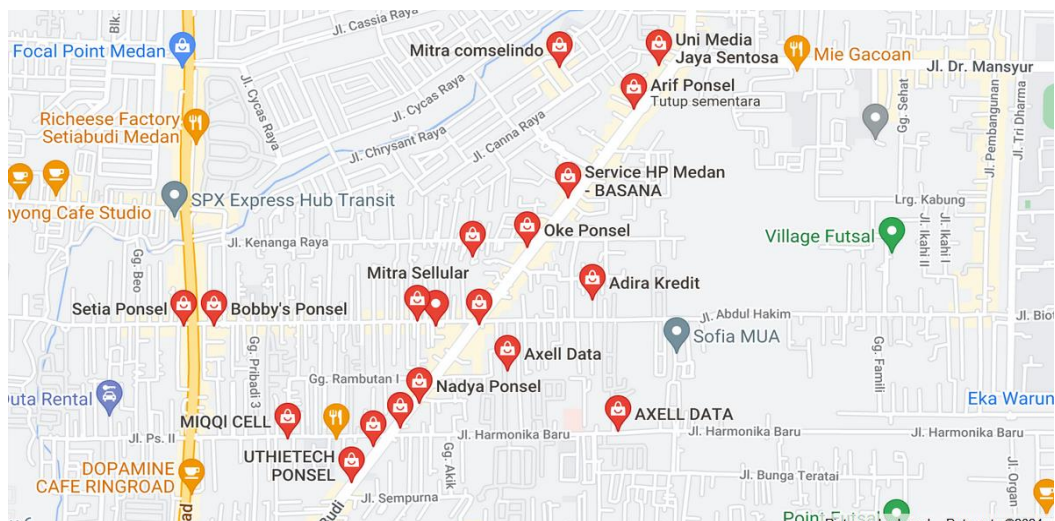
Fenomena diferensiasi produk yang menyebabkan Oke Ponsel kurang bersaing adalah karyawan Oke Ponsel tidak melakukan pelayanan penjualan *online* terutama dalam melayani penjualan jasa pengisian pulsa dan data internet dan juga beberapa aksesoris *handpone*. Karyawan Oke Ponsel juga belum dapat memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik kepada para nasabah terutama menyangkut jasa pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, tagihan air, dan tagihan BPJS yang menyebabkan banyak masyarakat di sekitarnya tidak tahu adanya pembayaran tagihan melalui Oke Ponsel.

Fenomena lokasi usaha yang menyebabkan rendahnya keunggulan bersaing dari Oke Ponsel adalah pemilihan lokasi Oke Ponsel yang belum strategis dimana lokasi usaha di sepanjang jalan Setia Budi Medan banyak terdapat usaha yang sejenis seperti terlihat pada Gambar 1.1. Tempat parkir yang disediakan Oke Ponsel

belum didukung sarana parkir bagi kendaraan roda empat (mobil) serta tidak terdapat petunjuk arah yang jelas untuk menuju lokasi usaha Oke Ponsel seperti terlihat pada Gambar 1.2 sehingga hal ini menyebabkan keuntungan yang diperoleh per tahun tidak stabil atau menurun pada tiga tahun terakhir.

### Gambar 1.1

*Denah Toko Ponsel Di Jl. Setia Budi*



Sumber: [bit.ly/4a15VMZ](https://bit.ly/4a15VMZ)

### Gambar 1.2

*Lokasi Oke Ponsel*



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk dapat melihat sejauh mana variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan Oke Ponsel, selaras dengan fenomena tersebut peneliti melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian fenomena di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diferensiasi produk dari Oke Ponsel yang rendah karena karyawan Oke Ponsel tidak melakukan pelayanan baru berupa penjualan online dan juga karyawan belum dapat memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik.
2. Lokasi usaha Oke Ponsel yang belum strategis karena lokasi usaha di sepanjang jalan Setia Budi Medan banyak terdapat usaha yang sejenis, tempat parkir yang disediakan Oke Ponsel belum didukung sarana parkir bagi kendaraan roda empat (mobil) serta tidak terdapat petunjuk arah yang jelas untuk menuju lokasi usaha Oke Ponsel.

## **1.3 Batasan Masalah**

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan waktu maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara diferensiasi produk ( $X_1$ ), lokasi usaha ( $X_2$ ) dan keunggulan bersaing ( $Y$ ). Fokus penelitian ini tertuju

pada konsumen yang melakukan pembelian pada Oke Ponsel di Jln. Setia Budi Tj. Sari Medan.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel?
2. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel?
3. Apakah diferensiasi produk dan lokasi usaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh diferensiasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

### **1. Manfaat Praktis**

Manfaat Praktis ini terdiri dari :

#### **a. Bagi Oke Ponsel**

Bagi usaha Oke Ponsel, diferensiasi produk dan lokasi usaha diharapkan dapat dikembangkan dan dipertahankan lagi bagi Oke Ponsel untuk dapat bertahan dan berkembang guna meningkatkan efisiensi dalam penjualan

#### **b. Bagi Perusahaan Lain Yang Sejenis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang diferensiasi produk dan lokasi usaha sehingga keunggulan bersaing dapat dikembangkan di masa akan datang.

### **2. Manfaat Teoritis**

Manfaat Teoritis ini terdiri dari:

#### **a. Bagi Peneliti**

Bagi peneliti sendiri diharapkan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoristik dan menambah wawasan mengenai kewirausahaan.

#### **b. Bagi Akademis**

Penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang didapat pada saat perkuliahan di STIE Eka Prasetya Medan, kemudian untuk memperdalam pengetahuan memperdalam tentang diferensiasi produk, lokasi usaha dan keunggulan bersaing di masa depan.

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan pembanding bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan pengaruh diferensiasi produk, lokasi usaha dan keunggulan bersaing.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Keunggulan Bersaing**

###### **2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing**

Keunggulan bersaing memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan bisnis. Dengan menyediakan produk atau layanan yang lebih baik dari pesaing, bisnis dapat menonjol di pasar dan menarik perhatian konsumen. Inovasi, efisiensi operasional, dan pelayanan pelanggan yang luar biasa menjadi kunci utama dalam mencapai keunggulan bersaing. Dengan fokus pada aspek-aspek tersebut, bisnis dapat membangun pangsa pasar yang kuat dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Wicaksana et al. (2021), mengartikan “keunggulan bersaing adalah kinerja pemasaran yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak”. Sedangkan menurut Yulianto (2023), “keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh sebuah organisasi melalui karakteristik dan sumber daya yang dimilikinya untuk dapat memiliki kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan organisasi lain pada industri dan pasar yang sama.”

Sama halnya dengan pendapat Aprizal (2018), yang mendefinisikan “keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam usaha yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam usaha yang sama”. Begitu juga pendapat

Fatihudin & Firmansyah (2019), menyatakan bahwa “keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen, baik melalui harga lebih murah maupun dengan memberikan manfaat produk jasa yang lebih banyak sehingga sesuai walaupun harganya tinggi”.

Pengertian keunggulan bersaing menurut Muniarty et al. (2022), “merupakan kemampuan superior perusahaan dalam memenangkan persaingan dengan menciptakan suatu keunikan/kekhasan usaha, harga yang berbeda dengan tetap memperhatikan kualitas produk, dan mampu mengerti kebutuhan pelanggan.”

Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan gambaran kinerja pemasaran yang dikembangkan oleh perusahaan melalui karakteristik dan sumber daya yang dimilikinya agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

#### **2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing**

Wirausaha yang dapat menciptakan keunggulan bersaing lebih baik dari pesaingnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Badrianto et al. (2020) menyebutkan ada tiga hal yang harus diperhatikan untuk menciptakan keunggulan bersaing:

1. **Manfaat yang diberikan perusahaan kepada konsumen**

Manfaat tersebut tentu harus memenuhi kebutuhan mereka. Perusahaan harus mengetahui fitur produk, keunggulan dan juga memastikan keuntungan akan diperoleh konsumen. Perusahaan harus selalu *up to date* pada tren teknologi baru yang akan mempengaruhi produk.

2. Target pasar perusahaan

Perusahaan harus mengetahui profil pelanggan dan apa saja kebutuhan mereka. Perusahaan harus bisa membuat hidup mereka lebih baik dengan manfaat produk yang mereka konsumsi/gunakan. Cara ini pula yang dapat memunculkan keinginan konsumen untuk terus menggunakan produk perusahaan serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

3. Identitas pesaing perusahaan.

Perusahaan selain harus mengidentifikasi profil pelanggan, tetapi juga pesaingnya. Mengetahui pesaing bukan hanya tentang perusahaan lain atau produk lain yang serupa tetapi juga mengetahui strategi yang mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

### **2.1.1.3 Fungsi Keunggulan Bersaing**

Keunggulan bersaing yang dapat dikembangkan oleh wirausaha memiliki peran penting dalam menjalankan usahanya. Muniarty et al. (2022), menjelaskan adapun fungsi dari keunggulan bersaing yang memiliki pengaruh dan merasakan langsung dampak dari adanya keunggulan yang kompetitif sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebuah perusahaan harus mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya saat memiliki produk. Sehingga sebuah perusahaan mampu bertahan dan melakukan persaingan bisnis dengan mewujudkan keunggulan yang kompetitif. Dengan membuat keunggulan pada produk atau layanan dalam bisnis, itu berarti usaha yang dikembangkan memiliki posisi yang baik di

pasar dan pada akhirnya akan meningkatkan *bargaining power* secara menyeluruh pada bisnis yang dijalankan.

## 2. Untuk Konsumen

Bagi konsumen, dengan adanya keunggulan dari suatu produk atau layanan, maka konsumen mendapatkan apa yang diharapkan selama ini (atau mungkin lebih). Bahwa suatu produk dan jasa begitu bernilai dan sangat penting serta nilai guna produk tersebut tidak sebanding dengan harga yang memang sudah ditawarkan. Sehingga pada akhirnya konsumen merasa puas atas produk yang ditawarkan dan mereka siap untuk menggunakan produk atau layanan anda secara terus menerus

## 3. Bagi Investor

Untuk investor, keunggulan kompetitif pada suatu bisnis dijadikan sebagai alat ukur serta tolak ukur dalam melakukan penilaian terhadap suatu bisnis. Penilaian ini pada dasarnya untuk menilai apakah perusahaan layak dan kinerjanya bagus dan perusahaan mampu memberikan keuntungan dari investasi yang telah dilakukan.

## 4. Bagi *Entrepreneur* (Pebisnis)

Dalam menjalankan bisnis diperlukan analisis keunggulan kompetitif. Hal ini penting dilakukan untuk menjadi alat ukur perkembangan bisnis dari waktu ke waktu. Pentingnya analisis untuk kompetitif yaitu,

- a. Melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan strategi pemasaran yang tepat.

- b. Melakukan identifikasi adanya tren dalam *market* yang lebih berkesinambungan dan jelas.
- c. Untuk membuat alat ukur dan tolak ukur bagi pebisnis yang menjalankan perusahaan. Menentukan strategi marketing dengan menetapkan harga.
- d. Temukan cara yang baru dalam melakukan komunikasi terhadap pelanggan.
- e. Adanya celah pasar yang dapat dimanfaatkan dalam peningkatan penjualan produk.

#### **2.1.1.4 Prinsip Keunggulan Bersaing**

Meningkatkan keunggulan suatu usaha tidaklah mudah dan harus memahami terlebih dahulu prinsip-prinsip dasar dalam menciptakan keunggulan bersaing. Muniarty et al. (2022) menyebutkan ada tiga prinsip dasar yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat dipertahankan, yaitu:

##### **1. Dasar Persaingan (*Basic Of Competition*)**

Strategi harus didasarkan pada seperangkat *Asset*, *Skill* dan kemampuan. Ketiga hal tersebut akan mendukung strategi yang dijalankan sehingga keunggulan dapat bertahan.

##### **2. Di pasar mana perusahaan bersaing (*Where You Compete*)**

Orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar,

maka orientasi pasar menjadi aktivitas yang harus dilakukan oleh suatu industri. Orientasi pasar terdiri dari tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi. Ketiga komponen tersebut jika secara bersama-sama dilakukan dengan merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan serta tuntutan pesaing dalam pasar, maka akan menciptakan superior *value* bagi pelanggan sehingga dapat mewujudkan Keunggulan Bersaing di tengah – tengah persaingan. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan memilih pasar sasaran yang sesuai dengan strategi yang dijalankan atau dengan kata lain *asset*, *skill* dan kemampuan harus mampu mendukung strategi dalam memberikan sesuatu yang bernilai bagi pasar.

### 3. Dengan siapa Perusahaan Bersaing (*Who You Compete Against*)

Selanjutnya perusahaan harus mampu mengidentifikasi pesaingnya, apakah pesaing tersebut lemah, sedang, atau kuat.

#### 2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing dalam suatu bisnis juga perlu diukur untuk melihat apakah bisnis itu telah unggul layak untuk bersaing. Wicaksana et al. (2021), menyebutkan indikator keunggulan bersaing adalah sebagai berikut:

1. Harga bersaing, adalah harga jual eceran yang rendah, baik sedikit atau banyak, dibandingkan harga jual eceran dari rata-rata pesaing.
2. Eksplorasi peluang, adalah mengidentifikasi peluang dengan cara-cara yang baru untuk mengembangkan sumber daya yang ada.

3. Pertahanan ancaman bersaing, adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan dari ancaman bersaing untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan.
4. Fleksibilitas, adalah sebuah konsep untuk segera menanggapi perubahan lingkungan.
5. Hubungan pelanggan, adalah hubungan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan lebih baik dari pesaing dengan harapan pelanggan loyal.

## **2.1.2 Diferensiasi Produk**

### **2.1.2.1 Pengertian Diferensiasi Produk**

Diferensiasi produk kunci untuk membuat bisnis menjadi istimewa di antara pesaing. Ini melibatkan cara membuat produk atau layanan berbeda dan menarik perhatian konsumen. Dalam situasi persaingan, diferensiasi membantu menciptakan identitas unik sehingga pelanggan lebih memilih produk tertentu dibandingkan dengan yang lain.

Hamid et al. (2023) mendefinisikan “diferensiasi produk merupakan strategi untuk bertahan di tengah persaingan, dengan cara tetap melakukan inovasi produk ataupun layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan” Sama halnya dengan pendapat Firmansyah (2019) “diferensiasi produk adalah salah satu strategi perusahaan untuk membedakan produknya terhadap pesaing”.

Dewianawati berpendapat bahwa “diferensiasi produk merupakan strategi perusahaan untuk mempromosikan produk yang diproduksi, dengan produk perusahaan pesaingnya” (Dewianawati et al. (2023). Begitu juga dengan Juliana et al. (2022) mengartikan “diferensiasi produk merupakan suatu strategi *positioning*

yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produknya dari produk para pesaing”.

Darmanto & Wardaya (2016) mengatakan bahwa “diferensiasi produk merupakan kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, sejuk, aman, nyaman, menyenangkan, karyawan yang ramah, terampil, berwawasan, dan mampu mewujudkan dalam keseharian sehingga lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing lainnya”.

Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan bahwa diferensiasi produk merupakan strategi untuk menghadapi persaingan melalui kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, sejuk, aman, nyaman, menyenangkan sehingga lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk pesaing lainnya

#### **2.1.2.2 Strategi Diferensiasi Produk**

Untuk dapat bersaing pada dunia bisnis, tentu suatu usaha memiliki keunggulan yang berbeda dari kompetitor lainnya, salah satunya adalah strategi diferensiasi produk. Hamid et al. (2023), menyebutkan diferensiasi produk dapat dilakukan dengan cara:

1. Mengembangkan atau memodifikasi produk melalui perubahan fitur produk, kualitas, desain, merek, atau layanan pelanggan yang ditawarkan.
2. Menciptakan keunggulan kompetitif dari alternatif produk yang ada dipasar
3. Mempromosikan diferensiasi produk, melalui *promotional mix*, yang dapat memperkuat klaim bahwa produk yang ditawarkan lebih unggul dalam kualitas maupun layanan dibanding pesaing.

4. Mengukur perbedaan produk untuk mengubah evaluasi pelanggan yang bersifat fisik melalui manfaat dari satu barang dibandingkan barang lainnya.

#### **2.1.2.3 Manfaat Diferensiasi Produk**

Diferensiasi produk bertujuan untuk dapat menarik perhatian konsumen dengan berbagai layanan yang disediakan oleh pemilik usaha namun keberhasilan strategi diferensiasi produk dapat memberikan manfaat bagi konsumen dan perusahaan. Hamid et al. (2023), menjelaskan manfaat diferensiasi produk adalah:

1. Mudah diingat, karena konsumen akan lebih mudah tertarik dengan sesuatu yang berbeda.
2. Menciptakan keunggulan dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga memiliki nilai jual yang tinggi.
3. Menciptakan citra dan *brand* dikenal konsumen, sehingga loyalitas konsumen dapat terwujud.
4. Membangkitkan daya tarik dan menghindarkan pada saat produk yang serupa banyak ada di pasar.
5. Mempersempit target pasar.
6. Menciptakan *value added*, dengan menonjolkan fitur, manfaat ataupun kelebihan yang dimiliki produk.

#### **2.1.2.4 Atribut Diferensiasi Produk**

Peningkatan diferensiasi produk dapat dilihat pada atribut yang ada pada produk. Sesuai pendapat Kotler et al. (2022), Atribut yang menjadi dasar perbedaan mencakup:

1. Fungsi inti.

Untuk menciptakan nilai pelanggan, produk harus memberikan manfaat intinya. Produk yang gagal mewujudkan proposisi nilai intinya pasti akan gagal di pasar.

2. Fitur.

Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan beragam fitur yang melengkapi fungsi dasarnya. Perusahaan dapat mengidentifikasi dan memilih fitur baru yang sesuai dengan mensurvei pembeli terkini dan kemudian menghitung nilai pelanggan versus biaya perusahaan untuk setiap fitur potensial. Pemasar harus mempertimbangkan berapa banyak orang yang menginginkan setiap fitur, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memperkenalkannya, dan apakah pesaing dapat dengan mudah meniru fitur tersebut.

3. Kualitas kinerja.

Adalah tingkat di mana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi semakin penting untuk diferensiasi karena perusahaan mengadopsi model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan biaya yang lebih sedikit. Perusahaan harus merancang tingkat kinerja yang sesuai dengan target pasar dan persaingan—namun, belum tentu tingkat kinerja setinggi mungkin. Mereka juga harus mengelola kualitas kinerja sepanjang waktu. Peningkatan produk secara terus-menerus dapat menghasilkan keuntungan dan pangsa pasar yang tinggi; kegagalan untuk melakukan hal ini dapat menimbulkan konsekuensi negatif.

4. Kesesuaian kualitas.

Pembeli mengharapkan kualitas kesesuaian yang tinggi, yaitu tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan

5. Daya tahan,

Merupakan ukuran masa pakai produk yang diharapkan dalam kondisi alami atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk kendaraan, peralatan dapur, dan barang tahan lama lainnya.

6. Keandalan

Adalah ukuran kemungkinan suatu produk tidak mengalami kegagalan fungsi dalam jangka waktu tertentu. Bentuk Banyak produk dapat dibedakan berdasarkan bentuk—ukuran, bentuk, atau struktur fisik suatu produk.

7. Gaya

Menggambarkan tampilan dan nuansa produk bagi pembeli dan menciptakan kekhasan yang sulit ditiru.

8. Kustomisasi

Produk dan pemasaran yang disesuaikan memungkinkan perusahaan melakukan diferensiasi secara strategis dengan mencari tahu secara pasti apa yang diinginkan—dan tidak diinginkan—dan mewujudkannya.

#### **2.1.2.5 Indikator Diferensiasi Produk**

Indikator dari diferensiasi produk menurut Astuti et al. (2019) terdiri dari 9 indikator antara lain adalah:

1. Bentuk (*Form*)

Produk dapat didiferensiasikan berdasarkan bentuk atau ukuran, model atau struktur fisik produk.

2. Fitur (*Feature*)

Produk yang ditawarkan mempunyai fitur atau keistimewaan yang berbeda – beda dan melengkapi fungsi dasar produk.

3. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)

Kinerja produk dapat diartikan sebagai level karakteristik dasar produk. Semakin bermutu produk maka semakin tinggi level karakteristiknya.

4. Kesesuaian (*Conformance Quality*)

Pembeli mengharapkan produk memiliki mutu kesesuaian dengan standart atau spesifikasi yang tinggi. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Pembeli mengharapkan beberapa produk mempunyai daya tahan yang normal. Produk yang mempunyai keunggulan pada daya tahan akan lebih menarik perhatian pelanggan untuk membayar lebih pada produk yang diharapkan.

6. Keandalan (*Reability*)

Pembeli juga akan membayar lebih untuk mendapatkan produk yang mempunyai keandalan. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.

7. Mudah Diperbaiki (*Repairability*)

Pembeli memilih produk yang mudah diperbaiki, yaitu ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika rusak atau gagal.

8. Gaya (*Style*)

Menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk bagi pembeli. Gaya memberikan pengaruh pada pelanggan dengan menampilkan keunikan dan *performance* pada produk untuk menarik minat pelanggan.

9. Rancangan (*Design*)

Rancangan menjadi salah satu potensi cara yang paling ampuh untuk mendiferensiasikan dan memposisikan produk dan jasa perusahaan. Rancangan juga merupakan faktor yang akan menjadi keunggulan perusahaan.

Dari pendapat di atas disimpulkan bahwa indikator yang digunakan pada diferensiasi produk di oke ponsel adalah karakteristik produk, keunggulan produk, keandalan produk dan daya beli produk.

### 2.1.3 Lokasi Usaha

#### 2.1.3.1 Pengertian Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha memiliki peran utama dalam membedakan bisnis. Bukan hanya tempat untuk menjual produk atau layanan, tetapi juga cara menciptakan lokasi yang istimewa dan menarik perhatian pelanggan. Dalam persaingan pasar, memilih lokasi yang tepat membantu menciptakan identitas unik, sehingga pelanggan lebih memilih mengunjungi atau membeli dari tempat tersebut

dibandingkan dengan yang lain. Bahri (2019), mengatakan bahwa “lokasi merupakan suatu tempat di mana sebuah perusahaan melakukan operasional bisnisnya dalam menghasilkan atau meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya”.

Menurut Miftah & Pangiuk (2020) “lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya”. Begitu juga dengan pendapat Putra et al. (2021), “lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi”. Menurut Kurniawan (2018) “lokasi merupakan adalah tempat di mana kita menentukan letak usaha kita. Pemilihan tempat menjadi faktor terpenting dalam menjalankan bisnis”. Sedangkan Kasmir (2016) berpendapat bahwa “lokasi usaha merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya”.

Berdasarkan teori para ahli tersebut penulis menyimpulkan lokasi usaha adalah suatu tempat di mana sebuah perusahaan melakukan operasional bisnisnya dalam meningkatkan nilai ekonomis suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya.

#### **2.1.3.2 Keuntungan Lokasi Usaha**

Suatu lokasi usaha yang tepat pemilihannya akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial. Kasmir (2016), menjelaskan keuntungan yang diperoleh dengan lokasi usaha yang tepat antara lain :

- a. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan
- b. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya
- c. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus
- d. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu
- e. Memiliki nilai atau harga ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang
- f. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintahan setempat.

#### **2.1.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lokasi Usaha**

Lokasi usaha adalah salah satu kunci utama dalam keberhasilan suatu usaha, melalui lokasi usaha yang strategis dapat meningkatkan daya saing terhadap kompetitor. Menurut Kasmir (2016) secara umum pertimbangan atau faktor untuk menentukan lokasi usaha adalah sebagai berikut :

- 1. Jenis usaha yang dijalankan
- 2. Dekat konsumen atau pasar
- 3. Dekat dengan bahan baku
- 4. Ketersediaan tenaga kerja
- 5. Sarana dan prasarana (transportasi, listrik, dan air)
- 6. Dekat dengan pusat pemerintahan
- 7. Dekat lembaga keuangan
- 8. Berada di kawasan industri

9. Kemudahan untuk melakukan ekspansi atau perluasan
10. Kondisi adat istiadat, budaya dan sikap masyarakat setempat
11. Hukum yang berlaku di wilayah setempat

#### **2.1.3.4 Tujuan Lokasi Usaha**

Penentuan lokasi usaha yang tepat dan strategis tentunya dapat memberikan beberapa tujuan. Kasmir (2016) berpendapat bahwa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi adalah :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat
2. Agar perusahaan dapat menentukan teknologi yang tepat
3. Agar perusahaan dapat menentukan metode persediaan yang paling baik
4. Agar dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang tepat

#### **2.1.3.5 Indikator Lokasi Usaha**

Lokasi usaha yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial. Tjiptono & Chandra (2019), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat yaitu:

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu:
  - a. Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan
  - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.

4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.
8. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan pada lokasi usaha di oke ponsel adalah aksesibilitas, lalu lintas, lingkungan dan visibilitas.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel 2.1**  
*Penelitian Terdahulu*

| No | Peneliti                                                                                                                                                           | Judul Penelitian                                                                                                                          | Variabel Penelitian                                                                       | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Fatahillah et al. (2023)<br><br>Terakreditasi Sinta 4<br>Ekuitas :<br><i>Management Studies and Entrepreneurship Journal</i> , Vol 4(1) 2023<br>E-ISSN : 2715-792X | Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada IKM Konveksi Di Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi | Independen: Strategi Diferensiasi dan Inovasi Produk<br><br>Dependen: Keunggulan Bersaing | Secara parsial: Variabel strategi diferensiasi dan inovasi produk berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing<br><br>Secara simultan: Variabel strategi diferensiasi dan inovasi produk berpengaruh |

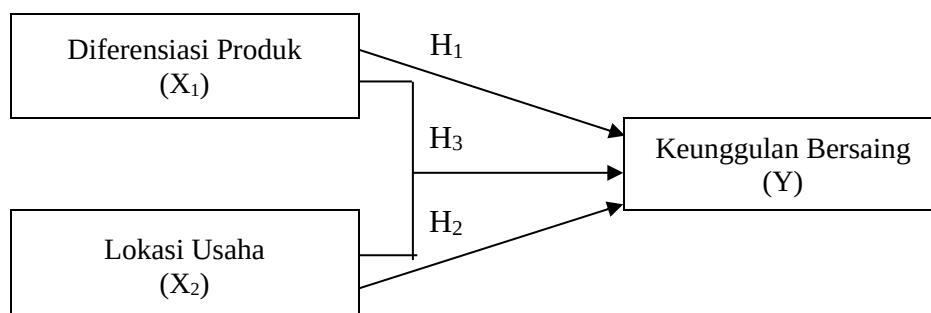
| No | Peneliti                                                                                                                              | Judul Penelitian                                                                                                                   | Variabel Penelitian                                                                                                                                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Bandung                                                                                                                               |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                         | terhadap variabel keunggulan bersaing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2. | Ekasari & Nurhasanah (2018)<br><br>Terakreditasi Sinta 4<br>Jurnal Sains Sosio Humaniora Volume 2 No 1<br>ISSN 2580-1244<br><br>Jambi | Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi | Independen: Lokasi dan Kreativitas<br><br>Dependen: Keberhasilan Usaha                                                                                                                                  | Secara parsial: Lokasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha<br><br>Secara simultan: Lokasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 3. | Firmansyah et al. (2019)<br><br>Terakreditasi Sinta 4<br>Balance Vol. XVII No. 2<br>ISSN : 1693 9352<br><br>Surabaya                  | Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Harga terhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya                                 | Independen: Strategi diferensiasi produk, Strategi diferensiasi kualitas layanan, strategi diferensiasi gambar, strategi diferensiasi saluran distribusi dan harga<br><br>Dependen: Keunggulan Bersaing | Secara parsial: Strategi diferensiasi produk, Strategi diferensiasi kualitas layanan, dan harga memiliki pengaruh parsial terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan, strategi diferensiasi gambar dan strategi diferensiasi saluran distribusi tidak berpengaruh pada keunggulan bersaing<br><br>Secara simultan: Strategi diferensiasi produk, Strategi diferensiasi kualitas layanan, strategi diferensiasi gambar, strategi diferensiasi saluran distribusi dan harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing |
| 4. | Singh et al. (2019)<br><br>Technological Forecasting & Social Change 146<br><br>England                                               | <i>Environmental Ethics, Environmental Performance, And Competitive Advantage: Role Of Environmental Training</i>                  | Independen : <i>Environmental Ethics, Environmental Performance</i><br><br>Dependen : <i>Competitive Advantage</i>                                                                                      | Secara parsial : <i>Environmental Ethics, Environmental Performance have influence on Competitive Advantage</i><br><br>Secara simultan : <i>Environmental Ethics, Environmental Performance have influence on Competitive Advantage</i>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 5. | Miranda & Safrida (2018)                                                                                                              | <i>Analysis Of Factors Affecting</i>                                                                                               | Independen:                                                                                                                                                                                             | Secara parsial:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

| No | Peneliti                                                                                                                                                | Judul Penelitian                                                                                                                                          | Variabel Penelitian                                                                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | RJOAS, 12(84),<br>December 2018                                                                                                                         | <i>Business Success<br/>Of Micro And<br/>Small<br/>Enterprises: A<br/>Study Of Food<br/>And Beverage<br/>Enterprises In<br/>Banda Aceh</i>                | <i>Enterprises<br/>characteristics,<br/>managerial ability,<br/>business location</i><br><br>Dependen:<br><i>business success</i>                                          | <i>the enterprises<br/>characteristics and<br/>managerial abilities<br/>influence enterprises<br/>success, while business<br/>location factors do not<br/>affect enterprises<br/>success</i><br><br>Secara simultan:<br><i>Enterprises<br/>characteristics,<br/>managerial ability,<br/>business location<br/>influence enterprises<br/>success</i>            |
| 6  | Tintara & Respati<br>(2020)<br><br>American Journal of<br>Humanities and<br>Social Sciences<br>Research (AJHSSR)<br>Volume-4, Issue-12<br><br>Indonesia | <i>The Effect of<br/>Product<br/>Differentiation,<br/>Service<br/>Differentiation,<br/>and Image<br/>Differentiation<br/>on Competitive<br/>Advantage</i> | Independen:<br><i>Product<br/>Differentiation,<br/>Service<br/>Differentiation, and<br/>Image<br/>Differentiation</i><br><br>Dependen:<br><i>Competitive<br/>Advantage</i> | Secara parsial:<br><i>Product differentiation,<br/>service differentiation,<br/>and image<br/>differentiation had a<br/>significant effect on<br/>competitive advantage</i><br><br>Secara simultan<br><i>product differentiation,<br/>service differentiation,<br/>and image<br/>differentiation had a<br/>significant effect on<br/>competitive advantage</i> |

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Untuk melihat hubungan antar variabel terikat dan variabel bebas, maka dapat dilihat melalui kerangka konseptual sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
*Kerangka Pemikiran*



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan perkiraan awal yang perlu diuji secara praktis untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh diferensiasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah Toko Oke Ponsel yang terletak di Jl. Setia Budi Tj. Sari Medan.

#### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis terhitung dari bulan Februari 2024 sampai bulan Mei 2024.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.2.1 Jenis Data**

Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

#### **3.2.2 Sumber Data**

Peneliti melakukan pengumpulan sumber data penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2014), dalam pengelompokannya, sumber data dapat diidentifikasi dalam dua kategori utama, yaitu:

- a. Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan memberikan daftar pertanyaan kepada karyawan terkait.
- b. Data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi dan buku terkait informasi pada penelitian ini.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Hermawan & Yusran (2017), populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Dalam konteks penelitian ini, populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli produk Oke Ponsel yang jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel dipilih karena dianggap dapat mewakili karakteristik atau sifat dari keseluruhan populasi. Menurut Hermawan & Yusran (2017), sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi. Berdasarkan rekomendasi dari rumus Hair dalam situasi di mana populasi tidak diketahui dan memiliki variasi yang besar, direkomendasikan bahwa jumlah sampel minimal sebaiknya adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan.

Dalam penelitian terdapat 13 indikator, maka jumlah indikator yang digunakan adalah Sampel minimum = jumlah indikator  $\times$  5 =  $13 \times 5 = 65$  responden, Sampel maksimum = jumlah indikator  $\times$  10 =  $13 \times 10 = 130$  responden. Pada penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel yang akan digunakan adalah

sebanyak 130 responden dari konsumen Toko Oke Ponsel, sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *accidental sampling* dimana konsumen secara kebetulan bertemu peneliti dapat dijadikan sampel penelitian.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional mencakup rincian tentang nama variabel, definisi variabel, kategori atau hasil ukuran, dan skala pengukuran. Dalam konteks tersebut, berikut adalah penjelasan mengenai definisi operasional variabel penelitian yang terdapat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
*Indikator Operasional Variabel Penelitian*

| Variabel Penelitian                   | Konsep                                                                                                                                                                                                                                               | Indikator                                                                                                                                                           | Skala  |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Diferensiasi Produk (X <sub>1</sub> ) | Diferensiasi produk merupakan strategi untuk bertahan di tengah persaingan, dengan cara tetap melakukan inovasi produk ataupun layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan<br><br>Sumber:<br>Hamid et al. (2023)               | 1. Karakteristik produk,<br>2. Keunggulan produk,<br>3. Keandalan produk<br>4. Daya beli produk<br><br>Sumber:<br>Astuti et al. (2019)                              | Likert |
| Lokasi Usaha (X <sub>2</sub> )        | Lokasi merupakan suatu tempat di mana sebuah perusahaan melakukan operasional bisnisnya dalam menghasilkan atau meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya<br><br>Sumber:<br>Bahri (2019) | 1. Akseibilitas<br>2. Lalu Lintas<br>3. Lingkungan<br>4. Visibilitas<br><br>Sumber:<br>Tjiptono & Chandra (2019)                                                    | Likert |
| Keunggulan Bersaing (Y)               | Keunggulan bersaing adalah kinerja pemasaran yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak<br><br>Sumber:<br>Wicaksana et al. (2021)                 | 1. Harga bersaing<br>2. Eksplorasi peluang<br>3. Pertahanan ancaman bersaing<br>4. Fleksibilitas<br>5. Hubungan pelanggan<br><br>Sumber:<br>Wicaksana et al. (2021) | Likert |

Skala *likert* adalah pengukuran untuk data kuantitatif pada penelitian menurut Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Melalui skala *likert*, variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator-indikator variabel yang dapat menggambarkan aspek-aspek spesifik dari fenomena tersebut. Pengukuran skala ditentukan oleh lima poin yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data kuantitatif terdapat 3 macam yaitu:

#### 1. Observasi

Menurut Sugiyono (2014), menyatakan observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian.

#### 2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2014), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan / responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.

#### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2014), mengemukakan pendapatnya mengenai dokumen, dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, atau karya-karya perusahaan.

### **3.6 Teknik Analisa Data**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Ghazali (2016), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas dapat dilakukan dengan cara dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan hasil perhitungan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut valid.

#### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2016), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Jika *Cronbach Alpha*  $> 0,70$ , maka butir pertanyaan tersebut reliabel dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha*  $< 0,70$ , maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

#### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

##### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Ghazali (2016) berpendapat uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Uji normalitas ini dapat dilihat dengan uji statistik dan analisis grafik. Menurut Ghozali (2016), uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov*. Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

- a.  $H_0$  : Data residual berdistribusi normal
- b.  $H_a$  : Data residual berdistribusi tidak normal

Menurut Ghozali (2016), analisis grafik yang dapat melihat normalitas data yaitu dengan melihat histogram dan *normality Probability Plot*. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari nilai residualnya.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogramnya dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.6.3.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat

dilihat dari a) nilai *tolerance* dan lawannya b) *Variance Inflation Factor* (VIF). Secara umum nilai *cut off* yang dapat dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance*  $> 0.1$  atau sama dengan nilai *VIF*  $< 10$ .

### 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat Grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dasar analisis uji heteroskedastisitas adalah :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin), yang ada membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang umumnya digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuannya adalah untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam kerangka model regresi

berganda. Formula analisis regresi berganda digunakan untuk mengidentifikasi dampak yang dimiliki variabel independen pada variabel dependen ialah berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing

a = konstanta

X<sub>1</sub> = Diferensiasi Produk

X<sub>2</sub> = Lokasi Usaha

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien variabel

e = *Standart error*

### 3.6.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Pengujian hipotesis ini terdiri dari uji t dan uji F.

#### 3.6.5.1 Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Proses pengujian dilakukan dengan melihat dampak signifikan dari setiap variabel independen secara terpisah dalam hubungannya dengan variabel dependen.

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : Artinya Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Toko Oke Ponsel.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$  : Artinya Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha secara parsial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Toko Oke Ponsel

Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ; maka  $H_0$  diterima, pada  $\alpha = 0,05$
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ; maka  $H_0$  ditolak, pada  $\alpha = 0,05$

#### 3.6.5.2 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Jika hasil uji simultan menunjukkan signifikansi, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : Artinya Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Toko Oke Ponsel.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$  : Artinya Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha secara simultan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Toko Oke Ponsel.

Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:

1. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, pada  $\alpha = 0,05$
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, pada  $\alpha = 0,05$

### 3.6.6 Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Menurut Ghozali (2016), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **4.1.1 Sejarah Singkat Oke Ponsel**

Pada penelitian ini obyek yang dibahas adalah Toko Oke Ponsel. Toko Oke Ponsel merupakan salah satu konter yang melayani penjualan pulsa dan aksesorisnya beserta perbaikan *handphone*, Toko Oke Ponsel terletak di Jl. Setia Budi Tj. Sari Medan. Toko Oke Ponsel biasanya beroperasi mulai pukul 09.00 sampai dengan 23.00. Toko Oke Ponsel berdiri sejak tahun 2013, pada awal berdirinya konter masih kecil dan masih sewa tempat, produk yang dijual masih sedikit, hanya melayani penjualan pulsa serta belum memiliki karyawan, pada saat itu Toko Oke Ponsel dijaga oleh pemiliknya sendiri yaitu Ibu Yuni Safira.

Pada awal penjualannya, dalam 1 minggu Toko Oke Ponsel hanya mendapat omset sebesar Rp 153.000 dari penjualan pulsa, kemudian mereka melakukan promosi melalui postingan di facebook. Setelah berjalan selama 2 tahun akhirnya Toko Oke Ponsel semakin ramai dan penjualan semakin meningkat hingga mempekerjakan dua orang karyawan tambahan. Seiring berjalannya waktu dan keadaan Toko Oke Ponsel yang selalu ramai pembeli, pada saat ini Toko Oke Ponsel sudah tidak sewa tempat lagi melainkan lahan milik pribadi, serta saat ini sudah memiliki 5 karyawan yang bekerja. Toko Oke Ponsel yang awalnya masih kecil dan masih sewa tempat untuk usahanya, bahkan belum memiliki karyawan dan produk yang dijual masih sedikit, perlahan mulai besar dan sudah memiliki karyawan sendiri bahkan produk yang dijual saat ini sudah bervariasi.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Oke Ponsel**

##### **4.1.2.1 Visi**

Visi Toko Oke Ponsel adalah menyediakan dan memenuhi kebutuhan pelanggan di bidang telepon genggam dengan memberikan pelayanan terbaik khususnya untuk kalangan masyarakat setempat, dan dapat dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat di kota Medan.

##### **4.1.2.2 Misi**

Misi Toko Oke Ponsel adalah :

1. Menjaga mutu dan kualitas produk dan harga bersaing
2. Memberikan kenyamanan dan keamanan yang bersahabat untuk menjalin kebersamaan antara pembeli dan penjual.
3. Memberikan akses mudah dan perbaikan terus-menerus guna melayani kebutuhan pelanggan.

#### **4.1.3 Struktur Organisasi Oke Ponsel**

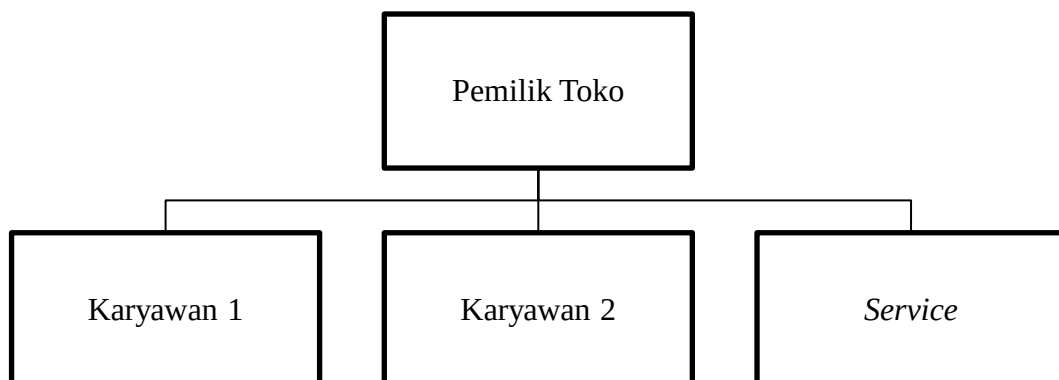
Suatu perusahaan selayaknya memiliki koordinasi dan garis perintah yang jelas. Untuk mempermudah koordinasi tersebut dibutuhkan suatu struktur organisasi yang dapat dipahami setiap karyawan, karena hal ini dapat menjamin kelancaran pelaksanaan kegiatan-kegiatan perusahaan. Didalam kegiatan suatu perusahaan baik itu perusahaan komersil maupun *non* komersil, diperlukan adanya kerjasama dan jalur komunikasi di antara para anggota dalam mencapai tujuan yang telah digariskan terlebih dahulu.

Struktur organisasi hendaknya juga mudah dirubah untuk disesuaikan dengan perubahan-perubahan yang terjadi tanpa mengurangi kelancaran aktivitas yang sedang berlangsung. Perubahan-perubahan yang mungkin dihadapi oleh perusahaan misalnya perluasan daerah pemasaran, peralatan baru, tuntutan masyarakat dan lingkungan, misalnya perluasan daerah pemasaran, peralatan baru, tuntutan masyarakat dan lingkungan. Tuntutan masyarakat dan lingkungan misalnya perubahan selera terhadap produksi pabrik, perubahan ekonomi, serta perubahan teknologi.

Adapun struktur organisasi pada Toko Oke Ponsel adalah struktur organisasi fungsional, yaitu bentuk organisasi dimana bawahan mendapat perintah dari pimpinan dan masing-masing menguasai suatu keahlian tertentu serta bertanggung jawab dan mempunyai wewenang sepenuhnya atas bidangnya masing-masing. Untuk jelasnya berikut gambaran struktur organisasi Toko Oke Ponsel adalah:

**Gambar 4.1**

*Struktur Organisasi Oke Ponsel*



*Sumber Data: Oke Ponsel, 2024*

Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan:

a. Pemilik Toko

Pemilik toko merupakan pengurus perusahaan yang bertanggung jawab penuh dalam segala hal yang mengenai perusahaan, yang mewakili perusahaan terhadap pihak luar, yang berhak menandatangani atas nama perusahaan, menghubungkan perusahaan dengan pihak luar dan sebaliknya serta melakukan segala tindakan baik mengenai pengurusan maupun mengenai pemilikan. Pemilik toko bertugas mengkoordinasikan tugas harian kepada semua personel dan juga melakukan evaluasi keluar dan masuknya barang, menetapkan harga, dan juga pengambil keputusan bilamana diperlukan.

b. Karyawan 1 dan 2

Karyawan bertugas melayani konsumen yang datang secara langsung ke toko Oke Ponsel. Masing-masing karyawan memiliki jam kerja yang sama, misalnya karyawan 1 bertugas menjaga toko mulai dari pukul 09.00 sampai dengan 16.00. Selanjutnya dilanjutkan pada pukul 16.00 sampai dengan 23.00.

c. *Service*

Melakukan *service* terhadap *hardware* yang rusak secara langsung, baik penggantian komponen sebagian ataupun keseluruhan. Bertugas pula mengelola barang *service* dari konsumen.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden ini memberikan gambaran yang dikumpulkan setelah dilakukan penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan kepada responden di toko Oke Ponsel sebanyak 130 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, seberapa sering belanja di Oke Ponsel dan jumlah pembelian setiap kali transaksi.

##### 4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan umur:

**Tabel 4.1**

*Karakteristik Responden Berdasarkan Umur*

| No | Umur        | Jumlah Pelanggan | Persentase |
|----|-------------|------------------|------------|
| 1. | < 20 tahun  | 37               | 28,46%     |
| 2. | 20-30 tahun | 53               | 40,77%     |
| 3. | > 30 tahun  | 40               | 30,77%     |
|    | Total       | 130              | 100%       |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa dari 130 responden berdasarkan umur dalam penelitian ini yaitu sebanyak 37 responden (28,46%) adalah pelanggan yang memiliki umur < 20 tahun, sebanyak 53 responden (40,77%) adalah pelanggan yang memiliki umur 20-30 tahun dan sebanyak 40 responden (30,77%) adalah pelanggan yang memiliki umur > 30 tahun.

##### 4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 4.2***Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

| No | Jenis Kelamin | Jumlah Pelanggan | Persentase |
|----|---------------|------------------|------------|
| 1. | Laki-laki     | 58               | 44,62%     |
| 2. | Perempuan     | 72               | 55,38%     |
|    | Total         | 130              | 100%       |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari 130 responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini yaitu sebanyak 58 responden (44,62%) adalah pelanggan yang memiliki jenis kelamin laki-laki dan sebanyak 72 responden (55,38%) adalah pelanggan yang memiliki jenis kelamin perempuan.

#### 4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:

**Tabel 4.3***Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan*

| No | Pekerjaan       | Jumlah Pelanggan | Persentase |
|----|-----------------|------------------|------------|
| 1. | Mahasiswa       | 37               | 28,46%     |
| 2. | Karyawan Swasta | 42               | 32,31%     |
| 3. | Pengusaha       | 20               | 15,38%     |
| 4. | Lainnya         | 31               | 23,85%     |
|    | Total           | 130              | 100%       |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa dari 130 responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 37 responden (28,46%) adalah pelanggan yang memiliki pekerjaan mahasiswa, sebanyak 42 responden (32,31%) adalah pelanggan yang memiliki pekerjaan karyawan swasta, sebanyak 20 responden (15,38%) adalah pelanggan yang memiliki pekerjaan pengusaha dan

sebanyak 31 responden (23,85%) adalah pelanggan yang memiliki pekerjaan lainnya seperti ibu rumah tangga, anak sekolah SMA.

#### 4.1.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Belanja Di Oke Ponsel

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan seberapa sering belanja di Oke Ponsel:

**Tabel 4.4**

*Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Belanja Di Oke Ponsel*

| No | Seberapa Sering Belanja Di Oke Ponsel | Jumlah Pelanggan | Persentase |
|----|---------------------------------------|------------------|------------|
| 1. | < 2                                   | 11               | 8,46%      |
| 2. | 2 – 5                                 | 31               | 23,85%     |
| 3. | > 5                                   | 88               | 67,69%     |
|    | Total                                 | 130              | 100%       |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa dari 130 responden berdasarkan seberapa sering belanja di Oke Ponsel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 11 responden (8,46%) adalah pelanggan yang sering belanja di Oke Ponsel < 2, sebanyak 31 responden (23,85%) adalah pelanggan yang sering belanja di Oke Ponsel 2 – 5 dan sebanyak 88 responden (67,69%) adalah pelanggan yang sering belanja di Oke Ponsel > 5.

#### 4.1.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Setiap Kali Transaksi

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian setiap kali transaksi:

**Tabel 4.5***Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Setiap Kali Transaksi*

| No | Jumlah Pembelian Setiap Kali Transaksi | Jumlah Pelanggan | Persentase |
|----|----------------------------------------|------------------|------------|
| 1. | < Rp. 50.000                           | 28               | 21,54%     |
| 2. | Rp. 50.000 – Rp. 200.000               | 63               | 48,46%     |
| 3. | > Rp. 200.000                          | 39               | 30,00%     |
|    | Total                                  | 130              | 100%       |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa dari 130 responden berdasarkan jumlah pembelian setiap kali transaksi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 28 responden (21,54%) adalah pelanggan yang memiliki memiliki jumlah pembelian setiap kali transaksi < Rp. 50.000, sebanyak 63 responden (48,46%) adalah pelanggan yang memiliki memiliki jumlah pembelian setiap kali transaksi Rp. 50.000 – Rp. 200.000 dan sebanyak 39 responden (30,00%) adalah pelanggan yang memiliki memiliki jumlah pembelian setiap kali transaksi > Rp. 200.000.

#### 4.1.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas

##### 4.1.5.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Penyebaran kuesioner uji validitas diberikan kepada 30 orang responden di luar populasi penelitian yaitu Toko Christian Ponsel. Uji validitas dilakukan dengan cara menggunakan SPSS 25.0 dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  setiap pernyataan dengan  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  yang diketahui adalah 0,361 dengan *degree freedom* sebanyak 28 yang diperoleh dari  $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ . Nilai  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* pada *output* SPSS.

**Tabel 4.6***Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk*

| No. | Pernyataan                                                                                                                                | <i>r</i> <sub>hitung</sub> | <i>r</i> <sub>tabel</sub> | Keterangan |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------|
| 1.  | Pelayanan dan berbagai produk yang dijual oleh Oke Ponsel sangat berbeda dengan tempat ponsel lainnya                                     | 0,641                      | 0,361                     | Valid      |
| 2.  | Kualitas pelayanan dan produk yang diberikan Oke Ponsel sangat menarik perhatian pembeli                                                  | 0,604                      | 0,361                     | Valid      |
| 3.  | Produk dari Oke Ponsel lebih bagus dan bervariasi dibandingkan ponsel lainnya                                                             | 0,914                      | 0,361                     | Valid      |
| 4.  | Banyaknya produk Oke Ponsel yang beragam dan tidak disediakan oleh ponsel lain menarik konsumen untuk membeli di Oke Ponsel               | 0,906                      | 0,361                     | Valid      |
| 5.  | Semua layanan dari Oke Ponsel seperti pembelian pulsa, internet dan penarikan dana dompet digital membantukebutuhan pembeli               | 0,915                      | 0,361                     | Valid      |
| 6.  | Produk yang dijual Oke Ponsel seperti pulsa dan internet sangat cepat dalam proses pembeliannya                                           | 0,733                      | 0,361                     | Valid      |
| 7.  | Konsumen memilih untuk melakukan pembelian di Oke Ponsel dikarenakan produk yang disediakan lengkap dan respons pelayanannya sangat cepat | 0,700                      | 0,361                     | Valid      |
| 8.  | Jika produk yang di sediakan Oleh Oke Ponsel memiliki kualitas dan harga sangat terjangkau oleh semua kalangan masyarakat                 | 0,831                      | 0,361                     | Valid      |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

**Tabel 4.7***Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha*

| No. | Pernyataan                                                                                                                                | <i>r</i> <sub>hitung</sub> | <i>r</i> <sub>tabel</sub> | Keterangan |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------|
| 1.  | Lokasi Oke Ponsel sangat mudah untuk di akses oleh konsumen                                                                               | 0,659                      | 0,361                     | Valid      |
| 2.  | Kalau Oke Ponsel punya tempat yang gampang dicari oleh konsumen, dapat meningkatkan pertumbuhan usahanya                                  | 0,762                      | 0,361                     | Valid      |
| 3.  | Jika lokasi Oke Ponsel yang terletak di depan pinggir jalan raya membuat Oke Ponsel mudah di akses                                        | 0,752                      | 0,361                     | Valid      |
| 4.  | Jika Lokasi Oke Ponsel yang terletak di dekat persimpangan jalan tidak mempengaruhi kenyamanan anda dalam membeli                         | 0,626                      | 0,361                     | Valid      |
| 5.  | Jika lokasi Oke Ponsel yang tidak terlalu ramai walaupun di pinggir jalan dapat membuat anda merasa nyaman untuk berbelanja di Oke Ponsel | 0,835                      | 0,361                     | Valid      |
| 6.  | Lokasi Oke Ponsel yang disediakan memiliki lahan yang cukup untuk memarkirkan kendaraan anda                                              | 0,830                      | 0,361                     | Valid      |
| 7.  | Lokasi Oke Ponsel yang langsung terlihat di pusat jalan membuat konsumen lebih memilih untuk membeli produk di Oke Ponsel                 | 0,588                      | 0,361                     | Valid      |
| 8.  | Oke Ponsel punya tempat yang keliatan bagus, dan terkesan menarik perhatian konsumen                                                      | 0,813                      | 0,361                     | Valid      |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

**Tabel 4.8***Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing*

| No. | Pernyataan                                                                                                                     | $r_{hitung}$ | $r_{tabel}$ | Keterangan |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|------------|
| 1.  | Oke Ponsel senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing                                             | 0,825        | 0,361       | Valid      |
| 2.  | Oke Ponsel menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing                           | 0,668        | 0,361       | Valid      |
| 3.  | Oke Ponsel selalu memanfaatkan peluang yang ada untuk lebih unggul dalam produk daripada pesaing                               | 0,857        | 0,361       | Valid      |
| 4.  | Dengan peluang strategi yang didapatkan dalam peningkatan usaha dapat menjadi keunggulan Oke Ponsel                            | 0,806        | 0,361       | Valid      |
| 5.  | Oke Ponsel selalu berusaha untuk mempertahankan kinerjanya agar konsumen ingin membeli kembali                                 | 0,857        | 0,361       | Valid      |
| 6.  | Oke Ponsel selalu berusaha menganalisis ancaman dari pesaing untuk mendapatkan keunggulan terhadap produk saya                 | 0,647        | 0,361       | Valid      |
| 7.  | Oke Ponsel memiliki kemampuan untuk memahami perkembangan perubahan selera konsumen supaya mendapatkan keunggulan dalam produk | 0,676        | 0,361       | Valid      |
| 8.  | Oke Ponsel mampu menghasilkan produk secara efektif agar menghemat biaya untuk keunggulan usaha saya kedepannya                | 0,610        | 0,361       | Valid      |
| 9.  | Oke Ponsel selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan                                                                       | 0,498        | 0,361       | Valid      |
| 10. | Oke Ponsel berusaha memberikan fasilitas interaksi yang terbaik antara pelanggan untuk keunggulan usaha saya                   | 0,482        | 0,361       | Valid      |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6, 4.7 dan 4.8 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada kolom  $r_{hitung}$  memiliki nilai yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361, sehingga disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel diferensiasi produk, lokasi usaha dan keunggulan bersaing yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner yang dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukuran maka semakin stabil

pula alat pengukuran tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,70$ .

**Tabel 4.9**  
*Hasil Uji Reliabilitas*

| Variabel                      | Cronbach Alpha | N of Items | Keterangan |
|-------------------------------|----------------|------------|------------|
| Diferensiasi Produk ( $X_1$ ) | 0,909          | 8          | Reliabel   |
| Lokasi Usaha ( $X_2$ )        | 0,879          | 8          | Reliabel   |
| Keunggulan Bersaing ( $Y$ )   | 0,885          | 10         | Reliabel   |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Data diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk diferensiasi produk adalah sebesar 0,909. Nilai *Cronbach Alpha* untuk Lokasi Usaha adalah sebesar 0,879. Nilai *Cronbach Alpha* untuk Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,885. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,70, maka seluruh item kuesioner dinyatakan reliabel dan bisa digunakan untuk penelitian.

#### 4.1.6 Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pendeteksian uji normalitas menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test* dan analisis grafik terdiri dari grafik histogram dan grafik *normalilty prob plot*. Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test* diuji dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Residual terdistribusi dengan normal

$H_1$  : Residual tidak terdistribusi dengan normal

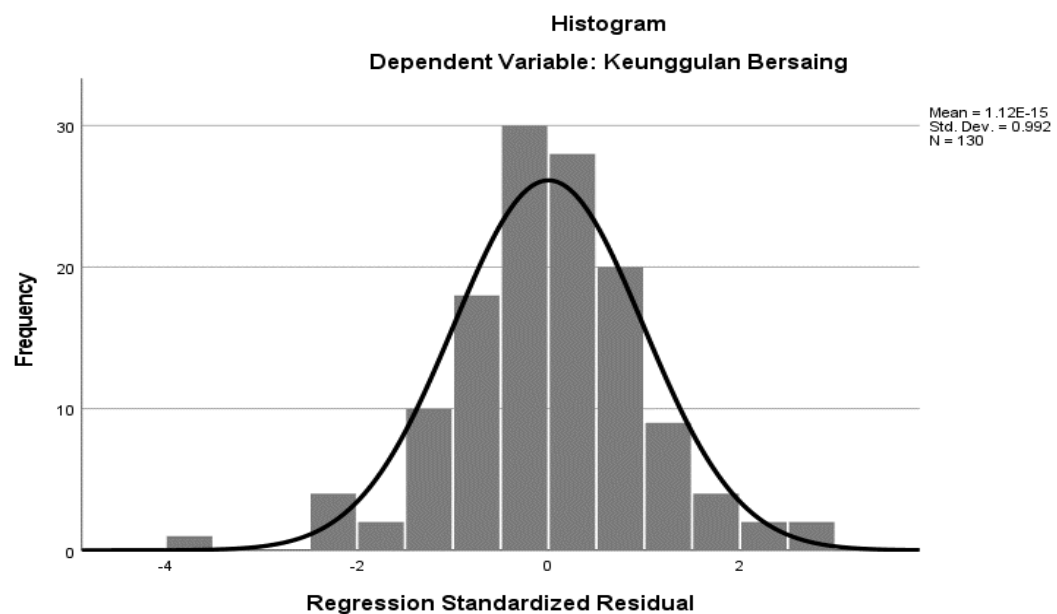
**Tabel 4.10**  
*Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)*

| Keterangan             | Unstandardized Residual |
|------------------------|-------------------------|
| N                      | 130                     |
| Test Statistic         | 0,067                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,200                   |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

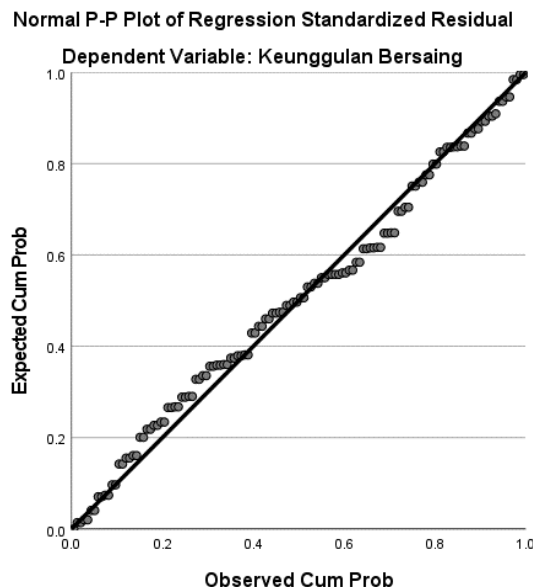
Dari Tabel 4.10, dapat dilihat bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dikarenakan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* 0,200 lebih dari 5%.

**Gambar 4.2**  
*Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)*



Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik histogram telah memberikan pola distribusi yang baik sesuai dengan pola data yang tidak melenceng ke kanan atau ke kiri ataupun mengikuti garis kurva yang berbentuk lonceng sehingga data terdistribusi dengan normal.

**Gambar 4.3***Hasil Uji Normalitas (Grafik Normality Probability Plot)**Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)*

Dari Gambar 4.3 terlihat titik-titik tidak menyebar di sekitar garis normal, melainkan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal yang telah ditetapkan sehingga dapat dikatakan data telah berdistribusi dengan normal.

#### 4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dipergunakan nilai VIF (*Varian Infaction Factor*) dan *Tolerance*. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* dibawah 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Hasil perhitungan multikolinearitas dapatlah dilihat pada Tabel 4.11 berikut ini :

**Tabel 4.11**  
*Hasil Uji Multikolinearitas*

| Variabel            | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|---------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Diferensiasi Produk | 0,444     | 2,254 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Lokasi Usaha        | 0,444     | 2,254 | Tidak terjadi multikolinearitas |

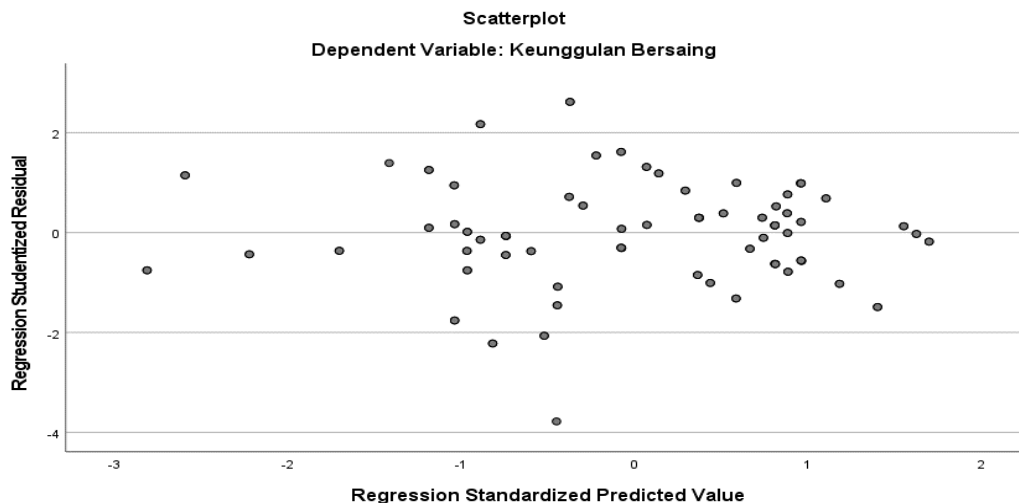
Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat terlihat bahwa, nilai VIF dari diferensiasi produk dan lokasi usaha lebih kecil atau dibawah 10 ( $VIF < 10$ ) yaitu 2,254, berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Nilai *tolerance* dari diferensiasi produk dan lokasi usaha lebih besar dari 0,1 yaitu 0,444 berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

#### 4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka di sebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya *variance* variabel independen adalah konstan (sama) untuk setiap variabel independen. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut ini :

**Gambar 4.4***Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)**Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)*

Berdasarkan hasil grafik *Scatterplot*, pancaran data tidak menunjukkan suatu pola tertentu. Data menyebar secara acak dimana titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, sehingga menyimpulkan bahwa tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

#### 4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui seberapa besar koefisien regresi pada penelitian ini yang membahas pengaruh diferensiasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Berikut hasil analisis regresi berganda adalah:

**Tabel 4.12***Hasil Uji Regresi Linear Berganda*

| Variabel            | Unstandardized Coefficients |            |
|---------------------|-----------------------------|------------|
|                     | B                           | Std. Error |
| (Constant)          | 1,608                       | 1,289      |
| Diferensiasi Produk | 0,810                       | 0,070      |
| Lokasi Usaha        | 0,398                       | 0,079      |

*Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)*

Berdasarkan pada Tabel 4.11 di atas, maka persamaan regresi berganda dalam penelitian adalah :

$$\text{Keunggulan Bersaing} = 1,608 + 0,810 \text{ Diferensiasi Produk} + 0,398 \text{ Lokasi Usaha} + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan dibawah ini.

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1,608 artinya jika nilai variabel independen yaitu diferensiasi produk dan lokasi usaha sama dengan nol, maka nilai perubahan keunggulan bersaing yang dilihat dari nilai Y tetap sebesar 1,608.
2. Nilai Diferensiasi Produk ( $b_1$ ) sebesar 0,810 menunjukkan bahwa jika variabel diferensiasi produk mengalami peningkatan satu satuan, maka keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,810 satuan dengan asumsi variabel independen lain dianggap nol.
3. Nilai lokasi usaha ( $b_2$ ) sebesar 0,398 menunjukkan bahwa jika variabel lokasi usaha mengalami peningkatan satu satuan, maka keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,398 satuan dengan asumsi variabel independen lain dianggap nol.

#### 4.1.8 Uji Hipotesis

##### 4.1.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol atau :

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$  Artinya, diferensiasi produk dan lokasi usaha secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.
2.  $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$  Artinya, diferensiasi produk dan lokasi usaha secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Penentuan dalam menentukan nilai  $t_{tabel}$ , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus:  $df = n - k = 130 - 2 = 128$ .

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel penelitian

$k$  = Jumlah variabel independen

Dengan diketahuinya  $df$  adalah 128 dan diperoleh nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,978. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Berikut hasil uji  $t_{hitung}$  adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
*Hasil Uji t*

| Variabel            | t      | Sig.  |
|---------------------|--------|-------|
| (Constant)          | 1,247  | 0,215 |
| Diferensiasi Produk | 11,638 | 0,000 |
| Lokasi Usaha        | 5,051  | 0,000 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan uji secara parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel**

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk memiliki koefisien regresi 11,638 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti diferensiasi produk memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Nilai  $t_{hitung}$  (11,638) >  $t_{tabel}$  (1,978). Hal ini dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga variabel diferensiasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Nilai signifikansi variabel diferensiasi produk sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa diferensiasi produk signifikan, karena nilai signifikan kurang dari signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu ( $H_1$ ) didukung.

**H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel**

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha memiliki koefisien regresi 5,051 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti lokasi usaha memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Nilai  $t_{hitung}$  (5,051) >  $t_{tabel}$  (1,978). Hal ini dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima sehingga variabel lokasi usaha berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Nilai

signifikansi variabel lokasi usaha sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa lokasi usaha signifikan, karena nilai signifikan kurang dari signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua ( $H_2$ ) didukung.

#### 4.1.8.2 Uji F (Simultan)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau :

1.  $H_0 : b_1, b_2 = 0$  Artinya, diferensiasi produk dan lokasi usaha secara simultan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.
2.  $H_a : b_1, b_2 \neq 0$  Artinya, diferensiasi produk dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

1. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

Penentuan nilai  $F_{tabel}$  dapat dilakukan dengan cara melihat derajat bebas, yaitu dengan rumus

$$df \text{ (pembilang)} = k = 2$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k - 1 = 130 - 2 - 1 = 127$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel penelitian

$k$  = Jumlah variabel independen

Dengan diketahuinya  $df$  (pembilang) adalah 2 dan  $df$  (penyebut) adalah 127 dan diperoleh nilai  $F_{\text{tabel}}$  yaitu sebesar 3,07. Sedangkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$  pada signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Berikut hasil uji  $F_{\text{hitung}}$  adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
*Hasil Uji F*

| Model      | F       | Sig.  |
|------------|---------|-------|
| Regression | 280,195 | 0,000 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

**H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh diferensiasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel**

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha memiliki koefisien regresi 280,195 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti diferensiasi produk dan lokasi usaha memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Nilai  $F_{\text{hitung}}$  (280,195) >  $F_{\text{tabel}}$  (3,07). Hal ini dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima sehingga variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Nilai signifikansi variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa diferensiasi produk dan lokasi usaha signifikan, karena nilai signifikan kurang dari signifikansi ( $\alpha$ ) 5%. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga ( $H_3$ ) didukung.

#### 4.1.9 Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari *R Square*. Berikut hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**

*Hasil Uji Koefisien Determinasi*

| Model      | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|------------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| Regression | 0,903 | 0,815    | 0,812             | 2,614                      |

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, nilai digunakan untuk melihat koefisien determinasi adalah nilai *R Square* sebesar 0,815 artinya 81,5% variabel keunggulan bersaing hanya dapat dijelaskan variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha dan sisanya sebesar 18,5% variabel keunggulan bersaing dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti kreativitas dan harga.

#### 4.1.10 Kontribusi Variabel Penelitian

Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel independen yang diuji terhadap variabel dependen. Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari nilai *Standardized Coefficients* pada lampiran 16. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel diferensiasi produk ( $X_1$ ) yaitu terbukti dengan nilai

*Standardized Coefficients* sebesar 0,666. Atau dengan melihat kontribusi variabel penelitian pada masing-masing variabel independen.

Berdasarkan lampiran 16, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi variabel penelitian secara parsial dan simultan adalah:

1. Kontribusi diferensiasi produk  $= 0,666382 \times 0,882114 = 0,587824$
2. Kontribusi lokasi usaha  $= 0,289237 \times 0,786269 = 0,227418$
3. Kontribusi secara simultan  $= 0,587824 + 0,227418 = 0,815242$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,587824, ini artinya secara parsial diferensiasi produk mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 58,7%.
2. Besarnya kontribusi lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,227418, ini artinya secara parsial lokasi usaha mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 22,7%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,815242, ini artinya diferensiasi produk dan lokasi usaha secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 81,5%. Hasil ini selaras dengan nilai *R square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara parsial variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan diferensiasi produk yang tinggi akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang tinggi juga. Sebaliknya, diferensiasi produk yang rendah maka akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang rendah.

Hasil yang menunjukkan variabel diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel dikarenakan produk yang ditawarkan oleh Oke Ponsel lebih bagus dan bervariasi dibandingkan tempat ponsel lainnya. Banyaknya produk Oke Ponsel yang beragam dan tidak disediakan oleh tempat ponsel lain ternyata banyak menarik konsumen untuk membeli produk atau jasa di Oke Ponsel. Selain itu semua layanan seperti pembelian pulsa, internet dan penarikan dana dompet digital tersedia di Oke Ponsel.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fatahillah et al. (2023) yang menyatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Persamaannya adalah penelitian ini menggunakan variabel diferensiasi produk sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah penelitian tersebut tidak menggunakan objek penelitian sama dengan penelitian ini dan tidak menggunakan variabel inovasi produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Firmansyah et al. (2019) yang menyatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Persamaannya adalah penelitian ini menggunakan variabel diferensiasi produk sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah penelitian tersebut tidak menggunakan objek penelitian sama dengan penelitian ini dan tidak menggunakan variabel harga.

#### **4.2.2 Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara parsial variabel lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan lokasi usaha yang tinggi akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang tinggi juga. Sebaliknya, lokasi usaha yang rendah maka akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang rendah.

Hasil yang menunjukkan variabel diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel dikarenakan lokasi Oke Ponsel sangat mudah untuk di akses dan diketahui oleh konsumen. Selain itu Oke Ponsel memiliki tempat yang gampang dicari oleh konsumen, sehingga Oke Ponsel dapat meningkatkan pertumbuhan usahanya di masa akan datang. Lokasi Oke Ponsel yang terletak di dekat persimpangan jalan tidak mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam membeli produk atau jasa di Oke Ponsel.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Miranda & Safrida (2018) yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Persamaannya adalah penelitian ini menggunakan variabel lokasi usaha sebagai variabel independen dan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen.

Perbedaannya adalah penelitian tersebut tidak menggunakan objek penelitian sama dengan penelitian ini dan tidak menggunakan variabel karakteristik wirausaha dan kemampuan manajemen.

#### **4.2.3 Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara simultan variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan diferensiasi produk dan lokasi usaha yang tinggi akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang tinggi juga. Sebaliknya, diferensiasi produk dan lokasi usaha yang rendah maka akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang rendah.

Besarnya hubungan variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing dapat dilihat pada nilai *R Square* sebesar 0,815 artinya 81,5% variabel keunggulan bersaing hanya dapat dijelaskan variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha dan sisanya sebesar 18,5% variabel Keunggulan Bersaing dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti kreativitas dan harga.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Berarti hipotesis pertama diterima.
2. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Berarti hipotesis kedua diterima.
3. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara simultan (Uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Oke Ponsel. Berarti hipotesis ketiga diterima.

#### **5.2 Saran Akademis**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Menambah Variabel Penelitian  
  
Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha selain

variabel diferensiasi produk dan lokasi usaha misalnya kreativitas dan harga.

## 2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari pelanggan Oke Ponsel saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya perusahaan sejenis yang berada dibidang pelayanan jasa telekomunikasi.

## 3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 130 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

### 5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka implikasi manajerial dalam penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa dari kedua variabel independen yaitu diferensiasi produk dan lokasi usaha yang merupakan faktor dominan yang memiliki hubungan yang kuat dengan keunggulan bersaing adalah diferensiasi produk, yang diikuti oleh lokasi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk yang ada di Oke Ponsel sudah baik dan bervariasi.

2. Diferensiasi produk pada Oke Ponsel perlu dipertahankan, maka Oke Ponsel disarankan:
  - a. Memperhatikan produk dari Oke Ponsel belum bagus dan tidak bervariasi dibandingkan ponsel lainnya. Cara yang dapat dilakukan agar produk dari Oke Ponsel bagus dan bervariasi dibandingkan ponsel lainnya dapat dilakukan dengan cara menambah jenis produk dan layanan setelah mengamati pasar konsumen yang berkaitan dengan jenis produk yang dijual di Oke Ponsel. Hal tersebut dilakukan agar nantinya Oke Ponsel dapat menciptakan keunggulan bersaing yang lebih baik dari perusahaan lain.
  - b. Mempertahankan pelayanan dan berbagai produk yang dijual oleh Oke Ponsel sangat berbeda dengan tempat ponsel lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan tetap memperhatikan kebutuhan konsumen setiap waktu dan menciptakan pelayanan yang berbeda dari perusahaan lain agar nantinya Oke Ponsel dapat menciptakan keunggulan bersaing yang lebih baik dari perusahaan lain serta pendapatan dapat meningkat di masa akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Jakarta: Penerbit Celebes Media Perkasa.
- Astuti, Y. et al. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasuke Cikarasa Langsa. *Jurnal Investasi Islam*, 4(2), 141–152. <https://doi.org/10.32505/jii.v4i2.1371>
- Badrianto, Y. et al. (2020). *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif)*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Bahri. (2019). *Pengantar Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbm.v3i2.357>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*.
- Dewianawati, D. et al. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Ekasari, N., & Nurhasanah. (2018). Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 1–15.
- Fatahillah, L. A. et al. (2023). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada IKM Konveksi Di Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi. *Management Studies & Entrepreneurship Journal*, 4(december 2022), 61–66.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Penerbit CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, Muhammad Anang et al. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Hargaterhadap Keunggulan Bersaing Elzatta Royal Plaza Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2). <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3138>

- Fitriyani, S. et al. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, P., & Kevinli. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i1.36>
- Gultom, P., & Wijaya, C. T. (2022). *The Effect Of Rental Prices Of Premises , Locations And Facilities On The Income Of Traders In The Upheaval Of Marine Fish In The Center Of Medan Market*. 1(1), 161–169.
- Gustina, I. et al. (2022). Analysis Of The Effect Of Marketing Mix On The Competitive Advantage Of Samoto Products In PT. Utama Netindo Semesta. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v8i1.226>
- Hamid, R. S. et al. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern (Strategi dan Taktik Untuk Kesuksesan Bisnis)*. Jambi: Penerbit PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Juliana et al. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Semarang: Penerbit PT. Nasya Expanding Management.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan* (Cetakan 11). Jakarta: Penerbit Rajawali Press.
- Kotler, P. et al. (2022). *Marketing Management (Sixteenth)*. New York: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. R. (2018). *Dasar-dasar Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Maryati M, D. E., & Christ. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Motor Pada Sinar Jaya Motor Manajemen , EKonomi , Akuntansi , Bisnis Digital dan Kewirausahaan ( MEKANISDA ). *Manajemen Ekonomi Akuntansi ...*, 1(1), 1–9.
- Miftah, & Pangiuk, A. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Malang: Penerbit Ahlimedia Press.

- Miranda, N. D., & Safrida, F. (2018). Analysis of Factors Affecting Business Success of Micro and Small. *Rjoas*, 12(December), 113–117.
- Muniarty, P. et al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Putra, I. G. B. N. P. et al. (2021). *Kewirausahaan*. Bali: Penerbit Nilacakra.
- Rezeki, S. et al. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 7(1), 79–90.
- Singh, S. K. et al. (2019). Environmental ethics, environmental performance, and competitive advantage: Role of environmental training. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(May 2018), 203–211. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.032>
- Situmorang, I. R., & Aminuddin, A. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Chicken Nugget So Good Food Di Transmart Gatot Subroto Medan. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 4(2), 30–36. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v4i2.6475>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Aflabeta.
- Tintara, I. D. G. W., & Respati, N. N. R. (2020). The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiationon Competitive Advantage. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, (12), 316–321. Diambil dari [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Wicaksana, S. A. et al. (2021). *Transformasi Digital: Perspektif Organisasi, Talenta, Dan Budaya Organisasi* (Cetakan 1). Pekanbaru: CV. DD Publishing.
- Yulianto, H. (2023). *Manajemen Strategis: Dasar Konsepsi Pada Organisasi Bisnis* (Cetakan 1). Makassar: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM).

## **Lampiran 1**

### **Kuesioner Penelitian**

Bersama lampiran ini kami sampaikan permohonan Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi survey dari penelitian kami, yang merupakan mahasiswa aktif semester 7 dengan judul penelitian “**Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel**”. Atas ketersediaannya kami ucapkan terimakasih:

#### **I. Identitas Responden**

- a. Nama
- b. Umur
- c. Jenis Kelamin
- d. Pekerjaan
- e. Seberapa Sering Belanja di Oke Ponsel:
  - ☐ < 2
  - ☐ 2 – 5
  - ☐ >5
- f. Berapa Jumlah Pembelian di Oke Ponsel Setiap Kali Transaksi:
  - ☐ < Rp. 50.000
  - ☐ Rp. 50.000 – Rp. 200.000
  - ☐ > Rp. 200.000

#### **II. BENTUK DAN NILAI PENGISIAN**

Untuk mengisi survey ini adalah lima jawaban berbeda yang dapat anda pilih salah satu untuk mewakili persepsi anda mengenai pertanyaan terkait, setiap

jawaban yang anda pilih memiliki nilainya masing-masing, berikut nilai dari masing-masing jawaban yang anda pilih:

| Keterangan                | Skor |
|---------------------------|------|
| STS : Sangat Tidak Setuju | 1    |
| TS : Tidak Setuju         | 2    |
| KS : Kurang Setuju        | 3    |
| S : Setuju                | 4    |
| SS : Sangat Setuju        | 5    |

## DAFTAR KUESIONER

### 1. Pertanyaan Variabel Diferensiasi Produk

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut sesuai dengan persepsi anda dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia

| No                   | Pernyataan                                                                                                                         | STS | TS | KS | S | SS |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|                      |                                                                                                                                    | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| Karakteristik produk |                                                                                                                                    |     |    |    |   |    |
| 1                    | Pelayanan dan berbagai produk yang dijual oleh Oke Ponsel sangat berbeda dengan tempat ponsel lainnya                              |     |    |    |   |    |
| 2                    | Kualitas pelayanan dan produk yang diberikan Oke Ponsel sangat menarik perhatian pembeli                                           |     |    |    |   |    |
| Keunggulan produk    |                                                                                                                                    |     |    |    |   |    |
| 3                    | Produk dari Oke Ponsel lebih bagus dan bervariasi dibandingkan tempat ponsel lainnya                                               |     |    |    |   |    |
| 4                    | Banyaknya produk Oke Ponsel yang beragam dan tidak disediakan oleh tempat ponsel lain menarik konsumen untuk membeli di Oke Ponsel |     |    |    |   |    |
| Keandalan produk     |                                                                                                                                    |     |    |    |   |    |
| 5                    | Semua layanan dari Oke Ponsel seperti pembelian pulsa, internet dan penarikan dana dompet digital membantukebutuhan pembeli        |     |    |    |   |    |
| 6                    | Produk yang dijual Oke Ponsel seperti pulsa dan internet sangat cepat dalam proses pembeliannya                                    |     |    |    |   |    |

| No               | Pernyataan                                                                                                                                | STS | TS | KS | S | SS |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|                  |                                                                                                                                           | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| Daya beli produk |                                                                                                                                           |     |    |    |   |    |
| 7                | Konsumen memilih untuk melakukan pembelian di Oke Ponsel dikarenakan produk yang disediakan lengkap dan respons pelayanannya sangat cepat |     |    |    |   |    |
| 8                | Jika produk yang di sediakan Oleh Oke Ponsel memiliki kualitas dan harga sangat terjangkau oleh semua kalangan masyarakat                 |     |    |    |   |    |

## 2. Pertanyaan Variabel Lokasi Usaha

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut sesuai dengan persepsi anda dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia

| No           | Pernyataan                                                                                                                                | STS | TS | KS | S | SS |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|              |                                                                                                                                           | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| Akseibilitas |                                                                                                                                           |     |    |    |   |    |
| 1            | Lokasi Oke Ponsel sangat mudah untuk di akses oleh konsumen                                                                               |     |    |    |   |    |
| 2            | Kalau Oke Ponsel punya tempat yang gampang dicari oleh konsumen, dapat meningkatkan pertumbuhan usahanya                                  |     |    |    |   |    |
| Lalu Lintas  |                                                                                                                                           |     |    |    |   |    |
| 3            | Jika lokasi Oke Ponsel yang terletak di depan pinggir jalan raya membuat Oke Ponsel mudah di akses                                        |     |    |    |   |    |
| 4            | Jika Lokasi Oke Ponsel yang terletak di dekat persimpangan jalan tidak mempengaruhi kenyamanan anda dalam membeli                         |     |    |    |   |    |
| Lingkungan   |                                                                                                                                           |     |    |    |   |    |
| 5            | Jika lokasi Oke Ponsel yang tidak terlalu ramai walaupun di pinggir jalan dapat membuat anda merasa nyaman untuk berbelanja di Oke Ponsel |     |    |    |   |    |
| 6            | Lokasi Oke Ponsel yang disediakan memiliki lahan yang cukup untuk memarkirkan kendaraan anda                                              |     |    |    |   |    |

| No          | Pernyataan                                                                                                                | STS | TS | KS | S | SS |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|             |                                                                                                                           | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| Visibilitas |                                                                                                                           |     |    |    |   |    |
| 7           | Lokasi Oke Ponsel yang langsung terlihat di pusat jalan membuat konsumen lebih memilih untuk membeli produk di Oke Ponsel |     |    |    |   |    |
| 8           | Oke Ponsel punya tempat yang keliatan bagus, dan terkesan menarik perhatian konsumen                                      |     |    |    |   |    |

### 3. Pertanyaan Variabel Keunggulan Bersaing

Berilah jawaban pada pertanyaan berikut sesuai dengan persepsi anda dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia

| No                          | Pernyataan                                                                                                     | STS | TS | KS | S | SS |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|                             |                                                                                                                | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| Harga Bersaing              |                                                                                                                |     |    |    |   |    |
| 1                           | Oke Ponsel senantiasa menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pesaing                             |     |    |    |   |    |
| 2                           | Oke Ponsel menawarkan harga yang sama rendahnya atau bahkan lebih rendah dibandingkan dengan pesaing           |     |    |    |   |    |
| Eksplorasi peluang          |                                                                                                                |     |    |    |   |    |
| 3                           | Oke Ponsel selalu memanfaatkan peluang yang ada untuk lebih unggul dalam produk daripada pesaing               |     |    |    |   |    |
| 4                           | Dengan peluang strategi yang didapatkan dalam peningkatan usaha dapat menjadi keunggulan Oke Ponsel            |     |    |    |   |    |
| Pertahanan ancaman bersaing |                                                                                                                |     |    |    |   |    |
| 5                           | Oke Ponsel selalu berusaha untuk mempertahankan kinerjanya agar konsumen ingin membeli kembali                 |     |    |    |   |    |
| 6                           | Oke Ponsel selalu berusaha menganalisis ancaman dari pesaing untuk mendapatkan keunggulan terhadap produk saya |     |    |    |   |    |

| No                 | Pernyataan                                                                                                                     | STS | TS | KS | S | SS |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|---|----|
|                    |                                                                                                                                | 1   | 2  | 3  | 4 | 5  |
| Fleksibilitas      |                                                                                                                                |     |    |    |   |    |
| 7                  | Oke Ponsel memiliki kemampuan untuk memahami perkembangan perubahan selera konsumen supaya mendapatkan keunggulan dalam produk |     |    |    |   |    |
| 8                  | Oke Ponsel mampu menghasilkan produk secara efektif agar menghemat biaya untuk keunggulan usaha saya kedepannya                |     |    |    |   |    |
| Hubungan pelanggan |                                                                                                                                |     |    |    |   |    |
| 9                  | Oke Ponsel selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan                                                                       |     |    |    |   |    |
| 10                 | Oke Ponsel berusaha memberikan fasilitas interaksi yang terbaik antara pelanggan untuk keunggulan usaha saya                   |     |    |    |   |    |

**TERIMA KASIH**

## Lampiran 2

## Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

[illegible]

[illegible]

| <b>No Responden</b> | <b>Keunggulan Bersaing</b> |          |          |          |          |          |          |          |          |           |              |
|---------------------|----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|--------------|
|                     | <b>Pernyataan</b>          |          |          |          |          |          |          |          |          |           | <b>Total</b> |
|                     | <b>1</b>                   | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> | <b>7</b> | <b>8</b> | <b>9</b> | <b>10</b> |              |
| <b>1</b>            | 3                          | 4        | 4        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>32</b>    |
| <b>2</b>            | 1                          | 2        | 2        | 2        | 2        | 2        | 2        | 2        | 2        | 2         | <b>19</b>    |
| <b>3</b>            | 2                          | 3        | 2        | 3        | 3        | 3        | 3        | 2        | 2        | 3         | <b>26</b>    |
| <b>4</b>            | 4                          | 2        | 4        | 4        | 4        | 2        | 4        | 3        | 3        | 3         | <b>33</b>    |
| <b>5</b>            | 2                          | 3        | 4        | 4        | 4        | 2        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>31</b>    |
| <b>6</b>            | 3                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>30</b>    |
| <b>7</b>            | 4                          | 3        | 4        | 4        | 4        | 3        | 3        | 4        | 3        | 3         | <b>35</b>    |
| <b>8</b>            | 4                          | 4        | 4        | 3        | 4        | 4        | 3        | 3        | 3        | 4         | <b>36</b>    |
| <b>9</b>            | 2                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 2        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>28</b>    |
| <b>10</b>           | 2                          | 2        | 3        | 3        | 3        | 3        | 2        | 2        | 2        | 2         | <b>24</b>    |
| <b>11</b>           | 2                          | 1        | 1        | 1        | 1        | 2        | 1        | 2        | 3        | 3         | <b>17</b>    |
| <b>12</b>           | 3                          | 4        | 4        | 4        | 4        | 4        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>35</b>    |
| <b>13</b>           | 4                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 4        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>32</b>    |
| <b>14</b>           | 2                          | 4        | 2        | 2        | 2        | 2        | 4        | 4        | 2        | 1         | <b>25</b>    |
| <b>15</b>           | 1                          | 3        | 2        | 2        | 2        | 3        | 2        | 2        | 4        | 3         | <b>24</b>    |
| <b>16</b>           | 2                          | 3        | 2        | 2        | 2        | 3        | 3        | 2        | 2        | 2         | <b>23</b>    |
| <b>17</b>           | 3                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 4        | 3         | <b>31</b>    |
| <b>18</b>           | 3                          | 4        | 3        | 3        | 3        | 4        | 4        | 3        | 4        | 4         | <b>35</b>    |
| <b>19</b>           | 2                          | 2        | 2        | 2        | 2        | 2        | 3        | 3        | 3        | 4         | <b>25</b>    |
| <b>20</b>           | 2                          | 2        | 2        | 2        | 2        | 2        | 3        | 3        | 2        | 3         | <b>23</b>    |
| <b>21</b>           | 3                          | 3        | 4        | 4        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>32</b>    |
| <b>22</b>           | 3                          | 2        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 2        | 3         | <b>28</b>    |
| <b>23</b>           | 2                          | 3        | 2        | 2        | 2        | 3        | 2        | 3        | 3        | 3         | <b>25</b>    |
| <b>24</b>           | 4                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 4        | 3        | 4        | 3        | 3         | <b>33</b>    |
| <b>25</b>           | 4                          | 4        | 4        | 4        | 4        | 4        | 4        | 3        | 3        | 3         | <b>37</b>    |
| <b>26</b>           | 3                          | 4        | 4        | 3        | 4        | 4        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>34</b>    |
| <b>27</b>           | 3                          | 3        | 3        | 4        | 3        | 3        | 3        | 3        | 4        | 3         | <b>32</b>    |
| <b>28</b>           | 4                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 4        | 4        | 4        | 4         | <b>35</b>    |
| <b>29</b>           | 4                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3         | <b>31</b>    |
| <b>30</b>           | 3                          | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 3        | 4        | 4         | <b>32</b>    |

### Lampiran 3

#### Hasil Analisis Data Validitas Diferensiasi Produk (X<sub>1</sub>)

|                        |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |        | Diferensiasi<br>Produk |
|------------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------------|
|                        |                     | Q01          | Q02    | Q03    | Q04    | Q05    | Q06    | Q07    | Q08    |                        |
| Q01                    | Pearson Correlation | 1            | .287   | .367*  | .393*  | .396*  | .672** | .424*  | .487** | .641**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     |              | .124   | .046   | .032   | .030   | .000   | .019   | .006   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q02                    | Pearson Correlation | .287         | 1      | .459*  | .433*  | .491** | .354   | .293   | .494** | .604**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .124         |        | .011   | .017   | .006   | .055   | .116   | .005   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q03                    | Pearson Correlation | .367*        | .459*  | 1      | .975** | .940** | .546** | .680** | .724** | .914**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .046         | .011   |        | .000   | .000   | .002   | .000   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q04                    | Pearson Correlation | .393*        | .433*  | .975** | 1      | .912** | .581** | .649** | .700** | .906**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .032         | .017   | .000   |        | .000   | .001   | .000   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q05                    | Pearson Correlation | .396*        | .491** | .940** | .912** | 1      | .552** | .645** | .755** | .915**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .030         | .006   | .000   | .000   |        | .002   | .000   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q06                    | Pearson Correlation | .672**       | .354   | .546** | .581** | .552** | 1      | .257   | .646** | .733**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000         | .055   | .002   | .001   | .002   |        | .170   | .000   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q07                    | Pearson Correlation | .424*        | .293   | .680** | .649** | .645** | .257   | 1      | .385*  | .700**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .019         | .116   | .000   | .000   | .000   | .170   |        | .035   | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Q08                    | Pearson Correlation | .487**       | .494** | .724** | .700** | .755** | .646** | .385*  | 1      | .831**                 |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .006         | .005   | .000   | .000   | .000   | .000   | .035   |        | .000                   |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |
| Diferensiasi<br>Produk | Pearson Correlation | .641**       | .604** | .914** | .906** | .915** | .733** | .700** | .831** | 1                      |
|                        | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                        |
|                        | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                     |

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

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

## Lampiran 4

### Hasil Analisis Data Reliabilitas Diferensiasi Produk (X<sub>1</sub>)

#### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

|            |            |
|------------|------------|
| Cronbach's |            |
| Alpha      | N of Items |
| .909       | 8          |

## Lampiran 5

### Hasil Analisis Data Validitas Lokasi Usaha (X<sub>2</sub>)

|              |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |        | Lokasi Usaha |
|--------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------|
|              |                     | Q01          | Q02    | Q03    | Q04    | Q05    | Q06    | Q07    | Q08    |              |
| Q01          | Pearson Correlation | 1            | .584** | .269   | .461*  | .458*  | .350   | .300   | .471** | .659**       |
|              | Sig. (2-tailed)     |              | .001   | .151   | .010   | .011   | .058   | .107   | .009   | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q02          | Pearson Correlation | .584**       | 1      | .650** | .424*  | .503** | .473** | .276   | .518** | .762**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .001         |        | .000   | .019   | .005   | .008   | .140   | .003   | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q03          | Pearson Correlation | .269         | .650** | 1      | .323   | .577** | .678** | .243   | .603** | .752**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .151         | .000   |        | .082   | .001   | .000   | .196   | .000   | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q04          | Pearson Correlation | .461*        | .424*  | .323   | 1      | .433*  | .494** | .099   | .568** | .626**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .010         | .019   | .082   |        | .017   | .006   | .603   | .001   | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q05          | Pearson Correlation | .458*        | .503** | .577** | .433*  | 1      | .732** | .587** | .596** | .835**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .011         | .005   | .001   | .017   |        | .000   | .001   | .001   | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q06          | Pearson Correlation | .350         | .473** | .678** | .494** | .732** | 1      | .500** | .610** | .830**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .058         | .008   | .000   | .006   | .000   |        | .005   | .000   | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q07          | Pearson Correlation | .300         | .276   | .243   | .099   | .587** | .500** | 1      | .431*  | .588**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .107         | .140   | .196   | .603   | .001   | .005   |        | .017   | .001         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Q08          | Pearson Correlation | .471**       | .518** | .603** | .568** | .596** | .610** | .431*  | 1      | .813**       |
|              | Sig. (2-tailed)     | .009         | .003   | .000   | .001   | .001   | .000   | .017   |        | .000         |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |
| Lokasi Usaha | Pearson Correlation | .659**       | .762** | .752** | .626** | .835** | .830** | .588** | .813** | 1            |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   |              |
|              | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30           |

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

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

## Lampiran 6

### Hasil Analisis Data Reliabilitas Lokasi Usaha (X<sub>2</sub>)

#### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

|            |            |
|------------|------------|
| Cronbach's |            |
| Alpha      | N of Items |
| .879       | 8          |

## Lampiran 7

### Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

|                     |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |        |        |        | Keunggulan Bersaing |
|---------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------|
|                     |                     | Q01          | Q02    | Q03    | Q04    | Q05    | Q06    | Q07    | Q08    | Q09    | Q10    |                     |
| Q01                 | Pearson Correlation | 1            | .332   | .649** | .599** | .646** | .561** | .546** | .614** | .323   | .406*  | .825**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     |              | .074   | .000   | .000   | .000   | .001   | .002   | .000   | .081   | .026   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q02                 | Pearson Correlation | .332         | 1      | .528** | .398*  | .513** | .625** | .537** | .381*  | .267   | .070   | .668**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .074         |        | .003   | .029   | .004   | .000   | .002   | .038   | .153   | .713   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q03                 | Pearson Correlation | .649**       | .528** | 1      | .875** | .927** | .450*  | .483** | .413*  | .241   | .252   | .857**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000         | .003   |        | .000   | .000   | .013   | .007   | .023   | .200   | .179   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q04                 | Pearson Correlation | .599**       | .398*  | .875** | 1      | .888** | .363*  | .521** | .367*  | .258   | .205   | .806**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000         | .029   | .000   |        | .000   | .049   | .003   | .046   | .168   | .277   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q05                 | Pearson Correlation | .646**       | .513** | .927** | .888** | 1      | .485** | .521** | .367*  | .193   | .273   | .857**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000         | .004   | .000   | .000   |        | .007   | .003   | .046   | .308   | .144   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q06                 | Pearson Correlation | .561**       | .625** | .450*  | .363*  | .485** | 1      | .213   | .159   | .285   | .298   | .647**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .001         | .000   | .013   | .049   | .007   |        | .259   | .401   | .127   | .109   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q07                 | Pearson Correlation | .546**       | .537** | .483** | .521** | .521** | .213   | 1      | .613** | .152   | .160   | .676**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .002         | .002   | .007   | .003   | .003   | .259   |        | .000   | .424   | .397   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q08                 | Pearson Correlation | .614**       | .381*  | .413*  | .367*  | .367*  | .159   | .613** | 1      | .259   | .184   | .610**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000         | .038   | .023   | .046   | .046   | .401   | .000   |        | .166   | .331   | .000                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q09                 | Pearson Correlation | .323         | .267   | .241   | .258   | .193   | .285   | .152   | .259   | 1      | .641** | .498**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .081         | .153   | .200   | .168   | .308   | .127   | .424   | .166   |        | .000   | .005                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Q10                 | Pearson Correlation | .406*        | .070   | .252   | .205   | .273   | .298   | .160   | .184   | .641** | 1      | .482**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .026         | .713   | .179   | .277   | .144   | .109   | .397   | .331   | .000   |        | .007                |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |
| Keunggulan Bersaing | Pearson Correlation | .825**       | .668** | .857** | .806** | .857** | .647** | .676** | .610** | .498** | .482** | 1                   |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .005   | .007   |                     |
|                     | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30                  |

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

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

## Lampiran 8

### Hasil Analisis Data Reliabilitas Keunggulan Bersaing (Y)

#### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

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

#### Reliability Statistics

| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
|---------------------|------------|
| .885                | 10         |

## Lampiran 9

### Tabulasi Kuesioner Responden

| No Responden | Diferensiasi Produk |   |   |   |   |   |   |   |       |
|--------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|
|              | Pernyataan          |   |   |   |   |   |   |   | Total |
|              | 1                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |       |
| 1            | 4                   | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 2            | 4                   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28    |
| 3            | 4                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 4            | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19    |
| 5            | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 6            | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23    |
| 7            | 3                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 23    |
| 8            | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 25    |
| 9            | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 10           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26    |
| 11           | 3                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 12           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 20    |
| 13           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 14           | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32    |
| 15           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27    |
| 16           | 2                   | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 11    |
| 17           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19    |
| 18           | 4                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 22    |
| 19           | 1                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 20    |
| 20           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 21           | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30    |
| 22           | 3                   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 27    |
| 23           | 2                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 21    |
| 24           | 3                   | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 21    |
| 25           | 2                   | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 11    |
| 26           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 27           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28    |
| 28           | 4                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 29           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19    |
| 30           | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 31           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 32           | 3                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 23    |
| 33           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 25    |
| 34           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 35           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26    |
| 36           | 3                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 37           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 20    |
| 38           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 39           | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32    |
| 40           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27    |
| 41           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 42           | 4                   | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 27    |

| No Responden | Diferensiasi Produk |   |   |   |   |   |   |   |       |
|--------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|
|              | Pernyataan          |   |   |   |   |   |   |   | Total |
|              | 1                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |       |
| 43           | 3                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 24    |
| 44           | 2                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 28    |
| 45           | 2                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16    |
| 46           | 2                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22    |
| 47           | 3                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22    |
| 48           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19    |
| 49           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 50           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 51           | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 27    |
| 52           | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 53           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 27    |
| 54           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 55           | 3                   | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25    |
| 56           | 2                   | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 19    |
| 57           | 3                   | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23    |
| 58           | 2                   | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 13    |
| 59           | 4                   | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29    |
| 60           | 2                   | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 23    |
| 61           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29    |
| 62           | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32    |
| 63           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 27    |
| 64           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 65           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 66           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28    |
| 67           | 4                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 68           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19    |
| 69           | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 70           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23    |
| 71           | 3                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 23    |
| 72           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 25    |
| 73           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 74           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26    |
| 75           | 3                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 76           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 20    |
| 77           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 78           | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32    |
| 79           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27    |
| 80           | 2                   | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 11    |
| 81           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 19    |
| 82           | 4                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 22    |
| 83           | 1                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 20    |
| 84           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 85           | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30    |
| 86           | 3                   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 27    |
| 87           | 2                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 21    |
| 88           | 3                   | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 21    |

| No Responden | Diferensiasi Produk |   |   |   |   |   |   |   |       |
|--------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|
|              | Pernyataan          |   |   |   |   |   |   |   | Total |
|              | 1                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |       |
| 89           | 2                   | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 11    |
| 90           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 91           | 4                   | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28    |
| 92           | 4                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 93           | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19    |
| 94           | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 95           | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 96           | 3                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 23    |
| 97           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 25    |
| 98           | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 99           | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26    |
| 100          | 3                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 18    |
| 101          | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 20    |
| 102          | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 103          | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32    |
| 104          | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 27    |
| 105          | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 106          | 4                   | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 27    |
| 107          | 3                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 24    |
| 108          | 2                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 28    |
| 109          | 2                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16    |
| 110          | 2                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22    |
| 111          | 3                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22    |
| 112          | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 19    |
| 113          | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 114          | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 115          | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 27    |
| 116          | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 117          | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 27    |
| 118          | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 119          | 3                   | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25    |
| 120          | 2                   | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 19    |
| 121          | 3                   | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23    |
| 122          | 2                   | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 13    |
| 123          | 4                   | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 29    |
| 124          | 2                   | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 23    |
| 125          | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29    |
| 126          | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32    |
| 127          | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 27    |
| 128          | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 129          | 3                   | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 14    |
| 130          | 5                   | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 20    |

| No Responden | Lokasi Usaha |   |   |   |   |   |   |   |       |
|--------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|
|              | Pernyataan   |   |   |   |   |   |   |   |       |
|              | 1            | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | Total |
| 1            | 4            | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 2            | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 3            | 3            | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23    |
| 4            | 3            | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 5            | 2            | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22    |
| 6            | 2            | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21    |
| 7            | 4            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 26    |
| 8            | 4            | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 25    |
| 9            | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 10           | 3            | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 27    |
| 11           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 21    |
| 12           | 2            | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 13           | 4            | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 14           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30    |
| 15           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 16           | 2            | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 14    |
| 17           | 2            | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19    |
| 18           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 19           | 2            | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 20           | 3            | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 22    |
| 21           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22    |
| 22           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 23           | 2            | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19    |
| 24           | 2            | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 22    |
| 25           | 2            | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 11    |
| 26           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 27           | 4            | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27    |
| 28           | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21    |
| 29           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22    |
| 30           | 2            | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 19    |
| 31           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29    |
| 32           | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 33           | 4            | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 34           | 3            | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 21    |
| 35           | 4            | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31    |
| 36           | 3            | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 37           | 3            | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21    |
| 38           | 3            | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 27    |
| 39           | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 40           | 4            | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27    |
| 41           | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 42           | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 43           | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 20    |
| 44           | 2            | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 20    |
| 45           | 2            | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16    |
| 46           | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21    |

| No Responden | Lokasi Usaha |   |   |   |   |   |   |   |       |
|--------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|
|              | Pernyataan   |   |   |   |   |   |   |   |       |
|              | 1            | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | Total |
| 47           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22    |
| 48           | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 20    |
| 49           | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28    |
| 50           | 4            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26    |
| 51           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28    |
| 52           | 3            | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26    |
| 53           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22    |
| 54           | 3            | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22    |
| 55           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29    |
| 56           | 2            | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 57           | 3            | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19    |
| 58           | 2            | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 15    |
| 59           | 3            | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26    |
| 60           | 4            | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 24    |
| 61           | 4            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 26    |
| 62           | 4            | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29    |
| 63           | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 64           | 4            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 26    |
| 65           | 4            | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 66           | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 67           | 3            | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 23    |
| 68           | 3            | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 69           | 2            | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22    |
| 70           | 2            | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21    |
| 71           | 4            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 26    |
| 72           | 4            | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 25    |
| 73           | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 74           | 3            | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 27    |
| 75           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 21    |
| 76           | 2            | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 77           | 4            | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 78           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30    |
| 79           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 80           | 2            | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 14    |
| 81           | 2            | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19    |
| 82           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 83           | 2            | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 84           | 3            | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 22    |
| 85           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22    |
| 86           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29    |
| 87           | 2            | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19    |
| 88           | 2            | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 22    |
| 89           | 2            | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 11    |
| 90           | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 30    |
| 91           | 4            | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 27    |
| 92           | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21    |

| No Responden | Lokasi Usaha |   |   |   |   |   |   |   |       |
|--------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|-------|
|              | Pernyataan   |   |   |   |   |   |   |   |       |
|              | 1            | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | Total |
| 93           | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 22    |
| 94           | 2            | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 19    |
| 95           | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 29    |
| 96           | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 97           | 4            | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 98           | 3            | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 21    |
| 99           | 4            | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 31    |
| 100          | 3            | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 19    |
| 101          | 3            | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21    |
| 102          | 3            | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 27    |
| 103          | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 28    |
| 104          | 4            | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 27    |
| 105          | 3            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24    |
| 106          | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 107          | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 20    |
| 108          | 2            | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 20    |
| 109          | 2            | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16    |
| 110          | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 21    |
| 111          | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22    |
| 112          | 3            | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 20    |
| 113          | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28    |
| 114          | 4            | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26    |
| 115          | 4            | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 28    |
| 116          | 3            | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26    |
| 117          | 3            | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 22    |
| 118          | 3            | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22    |
| 119          | 4            | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 29    |
| 120          | 2            | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 20    |
| 121          | 3            | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 19    |
| 122          | 2            | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 15    |
| 123          | 3            | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 26    |
| 124          | 4            | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 24    |
| 125          | 4            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 26    |
| 126          | 4            | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29    |
| 127          | 3            | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28    |
| 128          | 4            | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 26    |
| 129          | 4            | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 24    |
| 130          | 3            | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25    |

| No<br>Responden | Keunggulan Bersaing |   |   |   |   |   |   |   |   |    |       |
|-----------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
|                 | Pernyataan          |   |   |   |   |   |   |   |   |    | Total |
|                 | 1                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |       |
| 1               | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 38    |
| 2               | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 3               | 2                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2  | 26    |
| 4               | 1                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2  | 20    |
| 5               | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 24    |
| 6               | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 7               | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 34    |
| 8               | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 34    |
| 9               | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 34    |
| 10              | 3                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 36    |
| 11              | 3                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 27    |
| 12              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4  | 25    |
| 13              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 34    |
| 14              | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 39    |
| 15              | 3                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 35    |
| 16              | 1                   | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3  | 19    |
| 17              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 25    |
| 18              | 4                   | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4  | 34    |
| 19              | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4  | 31    |
| 20              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3  | 29    |
| 21              | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 36    |
| 22              | 4                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 37    |
| 23              | 2                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3  | 26    |
| 24              | 1                   | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3  | 22    |
| 25              | 2                   | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1  | 13    |
| 26              | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 38    |
| 27              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 28              | 2                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2  | 26    |
| 29              | 1                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2  | 20    |
| 30              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 24    |
| 31              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 32              | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 34    |
| 33              | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 34    |
| 34              | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 34    |
| 35              | 3                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 36    |
| 36              | 3                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 27    |
| 37              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4  | 25    |
| 38              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 34    |
| 39              | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 39    |
| 40              | 3                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 35    |
| 41              | 3                   | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 31    |
| 42              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 33    |
| 43              | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 44              | 2                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4  | 33    |
| 45              | 2                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 20    |
| 46              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 24    |

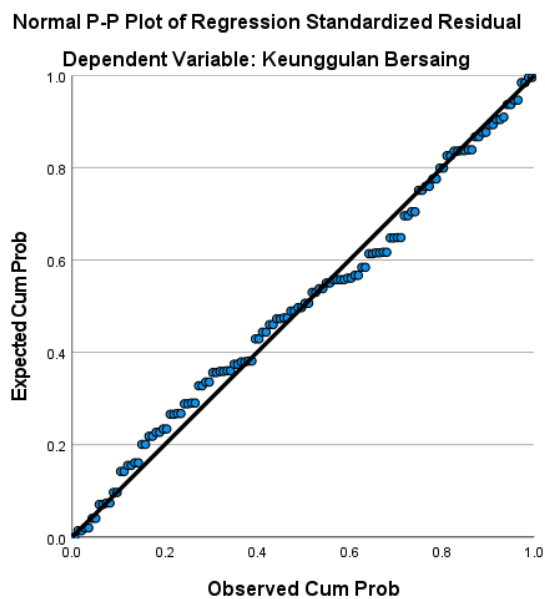
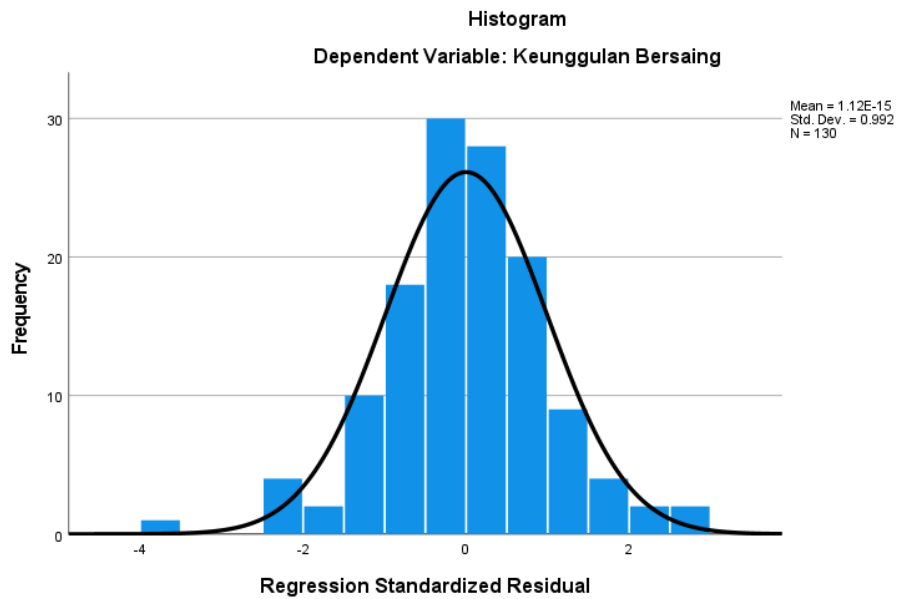
| No<br>Responden | Keunggulan Bersaing |   |   |   |   |   |   |   |   |    |       |
|-----------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
|                 | Pernyataan          |   |   |   |   |   |   |   |   |    | Total |
|                 | 1                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |       |
| 47              | 1                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5  | 35    |
| 48              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2  | 23    |
| 49              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 50              | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 33    |
| 51              | 3                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4  | 35    |
| 52              | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 38    |
| 53              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 54              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 55              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 56              | 2                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3  | 25    |
| 57              | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2  | 25    |
| 58              | 2                   | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2  | 17    |
| 59              | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 36    |
| 60              | 2                   | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3  | 29    |
| 61              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 34    |
| 62              | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 39    |
| 63              | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 35    |
| 64              | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3  | 30    |
| 65              | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 38    |
| 66              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 67              | 2                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2  | 26    |
| 68              | 1                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2  | 20    |
| 69              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 24    |
| 70              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 71              | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 34    |
| 72              | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 34    |
| 73              | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 34    |
| 74              | 3                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 36    |
| 75              | 3                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 27    |
| 76              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4  | 25    |
| 77              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 34    |
| 78              | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 39    |
| 79              | 3                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 35    |
| 80              | 1                   | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3  | 19    |
| 81              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 25    |
| 82              | 4                   | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4  | 34    |
| 83              | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4  | 31    |
| 84              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3  | 29    |
| 85              | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 36    |
| 86              | 4                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 37    |
| 87              | 2                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3  | 26    |
| 88              | 1                   | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3  | 22    |
| 89              | 2                   | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1  | 13    |
| 90              | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 38    |
| 91              | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 92              | 2                   | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2  | 26    |

| No<br>Responden | Keunggulan Bersaing |   |   |   |   |   |   |   |   |    |       |
|-----------------|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|-------|
|                 | Pernyataan          |   |   |   |   |   |   |   |   |    | Total |
|                 | 1                   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |       |
| 93              | 1                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2  | 20    |
| 94              | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 24    |
| 95              | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 96              | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3  | 34    |
| 97              | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 34    |
| 98              | 4                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 34    |
| 99              | 3                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4  | 36    |
| 100             | 3                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 27    |
| 101             | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4  | 25    |
| 102             | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3  | 34    |
| 103             | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 39    |
| 104             | 3                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 35    |
| 105             | 3                   | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 31    |
| 106             | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 33    |
| 107             | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 108             | 2                   | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4  | 33    |
| 109             | 2                   | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 20    |
| 110             | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 24    |
| 111             | 1                   | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5  | 35    |
| 112             | 2                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2  | 23    |
| 113             | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 114             | 3                   | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3  | 33    |
| 115             | 3                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4  | 35    |
| 116             | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4  | 38    |
| 117             | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3  | 33    |
| 118             | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 119             | 3                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 30    |
| 120             | 2                   | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3  | 25    |
| 121             | 3                   | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2  | 25    |
| 122             | 2                   | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2  | 17    |
| 123             | 4                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4  | 36    |
| 124             | 2                   | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3  | 29    |
| 125             | 4                   | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4  | 34    |
| 126             | 4                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3  | 39    |
| 127             | 3                   | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 35    |
| 128             | 2                   | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3  | 30    |
| 129             | 3                   | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3  | 26    |
| 130             | 1                   | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1  | 18    |

## Lampiran 10

### Hasil Uji Normalitas

#### Charts



## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                     |                | Unstandardized<br>Residual |
|-------------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                   |                | 130                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>    | Mean           | .0000000                   |
|                                     | Std. Deviation | 2.59362026                 |
| Most Extreme Differences            | Absolute       | .067                       |
|                                     | Positive       | .067                       |
|                                     | Negative       | -.057                      |
| Test Statistic                      |                | .067                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> |                | .200 <sup>d</sup>          |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Lampiran 11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

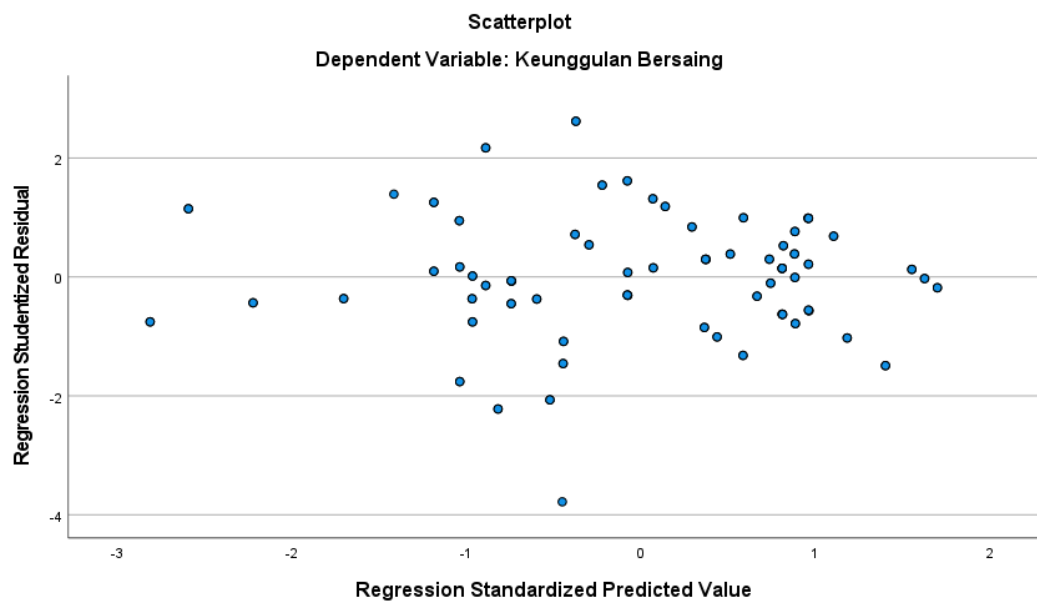
| Model |                     | Collinearity Statistics |       |
|-------|---------------------|-------------------------|-------|
|       |                     | Tolerance               | VIF   |
| 1     | Diferensiasi Produk | .444                    | 2.254 |
|       | Lokasi Usaha        | .444                    | 2.254 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

## Lampiran 12

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Charts



## Lampiran 13

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                     |                             |            |                           |        |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| Model                     |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
|                           |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |        |
| 1                         | (Constant)          | 1.608                       | 1.289      |                           | 1.247  |
|                           | Diferensiasi Produk | .810                        | .070       | .666                      | 11.638 |
|                           | Lokasi Usaha        | .398                        | .079       | .289                      | 5.051  |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

## Lampiran 14

### Hasil Pengujian Hipotesis

| Coefficients <sup>a</sup> |                     |                             |            |                           |        |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
|                           |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
| Model                     |                     | B                           | Std. Error | Beta                      | t      |
| 1                         | (Constant)          | 1.608                       | 1.289      |                           | 1.247  |
|                           | Diferensiasi Produk | .810                        | .070       | .666                      | 11.638 |
|                           | Lokasi Usaha        | .398                        | .079       | .289                      | 5.051  |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |         |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       |
| 1                  | Regression | 3829.034       | 2   | 1914.517    | 280.195 |
|                    | Residual   | 867.766        | 127 | 6.833       |         |
|                    | Total      | 4696.800       | 129 |             |         |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha , Diferensiasi Produk

## Lampiran 15

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .903 <sup>a</sup> | .815     | .812              | 2.614                      |

a. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha , Diferensiasi Produk

## Lampiran 16

### Hasil Kontribusi Variabel Penelitian

| Coefficients <sup>a</sup> |                     |                             |            |                           |      |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                     |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                           |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                         | (Constant)          | 1.608                       | 1.289      |                           | .215 |
|                           | Diferensiasi Produk | .810                        | .070       | .666                      | .000 |
|                           | Lokasi Usaha        | .398                        | .079       | .289                      | .000 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

### Correlations

|                     |                     | Correlations        |              |                     |
|---------------------|---------------------|---------------------|--------------|---------------------|
|                     |                     | Diferensiasi Produk | Lokasi Usaha | Keunggulan Bersaing |
| Diferensiasi Produk | Pearson Correlation | 1                   | .746**       | .882**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     |                     | .000         | .000                |
|                     | N                   | 130                 | 130          | 130                 |
| Lokasi Usaha        | Pearson Correlation | .746**              | 1            | .786**              |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000                |              | .000                |
|                     | N                   | 130                 | 130          | 130                 |
| Keunggulan Bersaing | Pearson Correlation | .882**              | .786**       | 1                   |
|                     | Sig. (2-tailed)     | .000                | .000         |                     |
|                     | N                   | 130                 | 130          | 130                 |

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

## Lampiran 17

### r Tabel

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 1          | 0.9877                                   | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2          | 0.9000                                   | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3          | 0.8054                                   | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4          | 0.7293                                   | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5          | 0.6694                                   | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6          | 0.6215                                   | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7          | 0.5822                                   | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8          | 0.5494                                   | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9          | 0.5214                                   | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10         | 0.4973                                   | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11         | 0.4762                                   | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12         | 0.4575                                   | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13         | 0.4409                                   | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14         | 0.4259                                   | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15         | 0.4124                                   | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16         | 0.4000                                   | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17         | 0.3887                                   | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18         | 0.3783                                   | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19         | 0.3687                                   | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20         | 0.3598                                   | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21         | 0.3515                                   | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22         | 0.3438                                   | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23         | 0.3365                                   | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24         | 0.3297                                   | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25         | 0.3233                                   | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26         | 0.3172                                   | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27         | 0.3115                                   | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28         | 0.3061                                   | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29         | 0.3009                                   | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30         | 0.2960                                   | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31         | 0.2913                                   | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32         | 0.2869                                   | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33         | 0.2826                                   | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34         | 0.2785                                   | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35         | 0.2746                                   | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36         | 0.2709                                   | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37         | 0.2673                                   | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38         | 0.2638                                   | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39         | 0.2605                                   | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40         | 0.2573                                   | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

## Lampiran 18

### Tabel Uji t

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

| df \ Pr | 0.25    | 0.10    | 0.05    | 0.025   | 0.01    | 0.005   | 0.001   |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|         | 0.50    | 0.20    | 0.10    | 0.050   | 0.02    | 0.010   | 0.002   |
| 121     | 0.67652 | 1.28859 | 1.65754 | 1.97976 | 2.35756 | 2.61707 | 3.15895 |
| 122     | 0.67651 | 1.28853 | 1.65744 | 1.97960 | 2.35730 | 2.61673 | 3.15838 |
| 123     | 0.67649 | 1.28847 | 1.65734 | 1.97944 | 2.35705 | 2.61639 | 3.15781 |
| 124     | 0.67647 | 1.28842 | 1.65723 | 1.97928 | 2.35680 | 2.61606 | 3.15726 |
| 125     | 0.67646 | 1.28836 | 1.65714 | 1.97912 | 2.35655 | 2.61573 | 3.15671 |
| 126     | 0.67644 | 1.28831 | 1.65704 | 1.97897 | 2.35631 | 2.61541 | 3.15617 |
| 127     | 0.67643 | 1.28825 | 1.65694 | 1.97882 | 2.35607 | 2.61510 | 3.15565 |
| 128     | 0.67641 | 1.28820 | 1.65685 | 1.97867 | 2.35583 | 2.61478 | 3.15512 |
| 129     | 0.67640 | 1.28815 | 1.65675 | 1.97852 | 2.35560 | 2.61448 | 3.15461 |
| 130     | 0.67638 | 1.28810 | 1.65666 | 1.97838 | 2.35537 | 2.61418 | 3.15411 |
| 131     | 0.67637 | 1.28805 | 1.65657 | 1.97824 | 2.35515 | 2.61388 | 3.15361 |
| 132     | 0.67635 | 1.28800 | 1.65648 | 1.97810 | 2.35493 | 2.61359 | 3.15312 |
| 133     | 0.67634 | 1.28795 | 1.65639 | 1.97796 | 2.35471 | 2.61330 | 3.15264 |
| 134     | 0.67633 | 1.28790 | 1.65630 | 1.97783 | 2.35450 | 2.61302 | 3.15217 |
| 135     | 0.67631 | 1.28785 | 1.65622 | 1.97769 | 2.35429 | 2.61274 | 3.15170 |
| 136     | 0.67630 | 1.28781 | 1.65613 | 1.97756 | 2.35408 | 2.61246 | 3.15124 |
| 137     | 0.67628 | 1.28776 | 1.65605 | 1.97743 | 2.35387 | 2.61219 | 3.15079 |
| 138     | 0.67627 | 1.28772 | 1.65597 | 1.97730 | 2.35367 | 2.61193 | 3.15034 |
| 139     | 0.67626 | 1.28767 | 1.65589 | 1.97718 | 2.35347 | 2.61166 | 3.14990 |
| 140     | 0.67625 | 1.28763 | 1.65581 | 1.97705 | 2.35328 | 2.61140 | 3.14947 |
| 141     | 0.67623 | 1.28758 | 1.65573 | 1.97693 | 2.35309 | 2.61115 | 3.14904 |
| 142     | 0.67622 | 1.28754 | 1.65566 | 1.97681 | 2.35289 | 2.61090 | 3.14862 |
| 143     | 0.67621 | 1.28750 | 1.65558 | 1.97669 | 2.35271 | 2.61065 | 3.14820 |
| 144     | 0.67620 | 1.28746 | 1.65550 | 1.97658 | 2.35252 | 2.61040 | 3.14779 |
| 145     | 0.67619 | 1.28742 | 1.65543 | 1.97646 | 2.35234 | 2.61016 | 3.14739 |
| 146     | 0.67617 | 1.28738 | 1.65536 | 1.97635 | 2.35216 | 2.60992 | 3.14699 |
| 147     | 0.67616 | 1.28734 | 1.65529 | 1.97623 | 2.35198 | 2.60969 | 3.14660 |
| 148     | 0.67615 | 1.28730 | 1.65521 | 1.97612 | 2.35181 | 2.60946 | 3.14621 |
| 149     | 0.67614 | 1.28726 | 1.65514 | 1.97601 | 2.35163 | 2.60923 | 3.14583 |
| 150     | 0.67613 | 1.28722 | 1.65508 | 1.97591 | 2.35146 | 2.60900 | 3.14545 |
| 151     | 0.67612 | 1.28718 | 1.65501 | 1.97580 | 2.35130 | 2.60878 | 3.14508 |
| 152     | 0.67611 | 1.28715 | 1.65494 | 1.97569 | 2.35113 | 2.60856 | 3.14471 |
| 153     | 0.67610 | 1.28711 | 1.65487 | 1.97559 | 2.35097 | 2.60834 | 3.14435 |
| 154     | 0.67609 | 1.28707 | 1.65481 | 1.97549 | 2.35081 | 2.60813 | 3.14400 |
| 155     | 0.67608 | 1.28704 | 1.65474 | 1.97539 | 2.35065 | 2.60792 | 3.14364 |
| 156     | 0.67607 | 1.28700 | 1.65468 | 1.97529 | 2.35049 | 2.60771 | 3.14330 |
| 157     | 0.67606 | 1.28697 | 1.65462 | 1.97519 | 2.35033 | 2.60751 | 3.14295 |
| 158     | 0.67605 | 1.28693 | 1.65455 | 1.97509 | 2.35018 | 2.60730 | 3.14261 |
| 159     | 0.67604 | 1.28690 | 1.65449 | 1.97500 | 2.35003 | 2.60710 | 3.14228 |
| 160     | 0.67603 | 1.28687 | 1.65443 | 1.97490 | 2.34988 | 2.60691 | 3.14195 |

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

## Lampiran 19

Tabel Uji F

| Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05 |                         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| df untuk penyebut (N2)                                 | df untuk pembilang (N1) |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|                                                        | 1                       | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   | 11   | 12   | 13   | 14   | 15   |
| 91                                                     | 3.95                    | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92                                                     | 3.94                    | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99                                                     | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100                                                    | 3.94                    | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 101                                                    | 3.94                    | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 102                                                    | 3.93                    | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 103                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 104                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.76 |
| 105                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 106                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 107                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.79 | 1.76 |
| 108                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 109                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 110                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 111                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 112                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 113                                                    | 3.93                    | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.76 |
| 114                                                    | 3.92                    | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 115                                                    | 3.92                    | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 116                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 | 1.75 |
| 117                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 118                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 119                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 120                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.78 | 1.75 |
| 121                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 122                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 123                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 124                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 125                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 126                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 127                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 128                                                    | 3.92                    | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.75 |
| 129                                                    | 3.91                    | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 130                                                    | 3.91                    | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 131                                                    | 3.91                    | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 | 1.74 |
| 132                                                    | 3.91                    | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 133                                                    | 3.91                    | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 134                                                    | 3.91                    | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |
| 135                                                    | 3.91                    | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.82 | 1.79 | 1.77 | 1.74 |

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

## Lampiran 20

### Surat Ijin Riset



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
EKA PRASETYA**  
Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212  
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391  
Website : [www.eka-prasetya.ac.id](http://www.eka-prasetya.ac.id) E-mail : [sso@eka-prasetya.ac.id](mailto:sso@eka-prasetya.ac.id)

Medan, 12 Desember 2023

Nomor: 1030/R/STIE-EP/XII/2023  
Lamp. : ----  
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan Oke ponsel  
Di-  
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

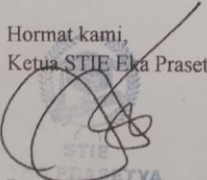
|                   |                                                                                                       |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama              | : Willian Candra                                                                                      |
| NIM               | : 201010231                                                                                           |
| Semester          | : VII                                                                                                 |
| Program Studi     | : Manajemen (S1)                                                                                      |
| Judul Tugas Akhir | : Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Oke Ponsel |

Untuk mengadakan peninjauan ke Oke ponsel yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,  
Ketua STIE Eka Prasetya

  
Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

## Lampiran 21

### Surat Balasan Riset

**OKE PONSEL**  
Jl. Setia Budi, Tj. Sari, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatera  
Utara 20132

#### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuni Safira  
Umur : 24 Tahun  
No. HP : 085664488176  
Status : Pemilik Usaha

Menerangkan bahwasannya jika mahasiswa yang bernama:

Nama : Willian Chandra  
NIM : 201010231  
NO.HP : 0823-6282-7225  
Instansi : STIE EKA PRASETYA

Bahwasannya benar telah melakukan observasi di Toko Oke Ponsel dengan judul penelitian "Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Oke Ponsel".

Medan. 17 Januari 2024

  
**Oke Ponsel**  
Pemilik Usaha  
MINIJUAL PULSA & AKSESORIS

## Lampiran 22

### Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
EKA PRASETYA**

**KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL**

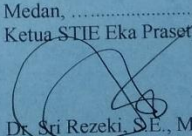
NAMA : WILLIAM Chandra

NIM : 201010231 / 20.1

PROGRAM STUDI : Manajemen

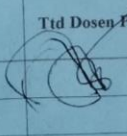
| NO | HARI/TANGGAL SEMINAR | PENYAJI SEMINAR                                                                                                                                                                        | NIM       | Tanda Tangan Pimp. Seminar |
|----|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------|
| 1. | 9/2-2023             | Sumawan<br>JUDUL PROPOSAL: Pengaruh harga, lokasi, inovasi produk dan kegiatan pemasaran risiko terhadap keberhasilan usaha melalui kepuasan pelanggan di Toko Sembako Bangun Pura Ba. | 191010006 |                            |
| 2. | 9/2-2023             | Indra<br>JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Kompetensi kewirausahaan Dalam Saluran Distribusi terhadap keberhasilan Usaha pada PT. Siman Harapan Amugrah Sejahtera                               | 191010036 |                            |
| 3. | 9/2-2023             | MERRY ANGKASA<br>JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Kemandirian, Berani dan Motivasi Kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di kota Medan              | 181010027 |                            |
| 4. | 15/2-2023            | Viona Adelin<br>JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Inovasi dan kreativitas terhadap kemandirian bersaing pada UMKM Kue Kue Indonesia.                                                            | 191010074 |                            |
| 5. | 15/2-2023            | SYENNY SELVIA<br>JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Pengalihan kewirausahaan dan motivasi terhadap keberhasilan Usaha Rodelang di Asia Raya Mas Medan                                            | 191010040 |                            |
|    |                      | JUDUL PROPOSAL :                                                                                                                                                                       |           |                            |
|    |                      | JUDUL PROPOSAL :                                                                                                                                                                       |           |                            |
|    |                      | JUDUL PROPOSAL :                                                                                                                                                                       |           |                            |

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ..... 20....  
Ketua STIE Eka Prasetya  
  
Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

## Lampiran 23

### Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan 1

|  <b>STIE EKA PRASETYA MEDAN</b><br><b>PROGRAM STUDI MANAJEMEN</b> |                      | <b>KARTU BIMBINGAN SKRIPSI</b><br><b>1</b>                                                |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   |                      | Nama Mahasiswa : William Chandra.                                                         |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |                      | NIM : 201010231                                                                           | Kelas : kewirausahaan A                                                               |
|                                                                                                                                                    |                      | Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)                          |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |                      | HP/WA : 0823-6282-7225 Email: William Chandra 24 @gmail.com                               |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |                      | Alamat Tinggal: Jalan batara batu                                                         |                                                                                       |
| Nama Dosen Pembimbing 1:                                                                                                                           |                      | Nama Dosen Pembimbing 2:                                                                  |                                                                                       |
| Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.                                                                                                           |                      | Dra. Rosta Sultomy, M.M.                                                                  |                                                                                       |
| No                                                                                                                                                 | Tanggal              | Uraian Singkat Bimbingan                                                                  | Paraf Dosen Pembimbing                                                                |
| 1                                                                                                                                                  | 20- Agustus - 2023   | Konsultasi Judul                                                                          | ffef                                                                                  |
| 2                                                                                                                                                  | 2- September 2023    | Revisi Judul                                                                              | ffef                                                                                  |
| 3                                                                                                                                                  | 4- September - 2023  | ACC Judul : Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk dan Lokasi Usaha                        | ffef                                                                                  |
| 4                                                                                                                                                  |                      | Terdapat Keunggulan Bersaing Pada Oke Ponsel                                              | ffef                                                                                  |
| 5                                                                                                                                                  | 9- September - 2023  | Revisi bab 1                                                                              | ffef                                                                                  |
| 6                                                                                                                                                  | 25- September - 2023 | Lanjut Bab 2 dan 3 dan Perbaiki sedikit lagi Bab 1 dan buat Daftar Pustaka dan Kuesioner. | ffef                                                                                  |
| 7                                                                                                                                                  |                      |                                                                                           |                                                                                       |
| 8                                                                                                                                                  | 18- Januari - 2024   | Perbaiki Table dan font, Revisi Kuesioner. Revisi sedikit lagi Bab 2 dan 3                | ffef                                                                                  |
| 9                                                                                                                                                  | 15-1- 2024           | ACC Sempro                                                                                | ffef                                                                                  |
| 10                                                                                                                                                 | 10- 3 - 2024         | Penyelesaian data ke SPSS                                                                 |                                                                                       |
| 11                                                                                                                                                 | 1- 4 - 2024          | menginputkan data untuk melanjutkan analisis                                              |                                                                                       |
| 12                                                                                                                                                 |                      | distribusi normal                                                                         |                                                                                       |
| 13                                                                                                                                                 | 22- 4 - 2024         | Uji Asumsi klasik, Normalitas, Regresi                                                    |                                                                                       |
| 14                                                                                                                                                 | 21- 4 - 2024         | Revisi manfaat Penelitian, tambah sub Bab, Revisi                                         |                                                                                       |
| 15                                                                                                                                                 |                      | Screenshot pindah jadi lampiran, masukkan jurnal                                          |                                                                                       |
| 16                                                                                                                                                 |                      | Besah Eka.                                                                                |                                                                                       |
| 17                                                                                                                                                 |                      | ACC Sidang                                                                                | ffef                                                                                  |
| REVISI SIDANG                                                                                                                                      |                      | Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi                                         | Ttd Dosen Penguji                                                                     |
| No                                                                                                                                                 | Tanggal              |                                                                                           |                                                                                       |
| 1                                                                                                                                                  | 19- Maret - 2024     | 1 - Identifikasi masalah<br>- Manfaat bag. Oke ponsel.                                    |  |
| 2                                                                                                                                                  |                      |                                                                                           |                                                                                       |
| 3                                                                                                                                                  |                      |                                                                                           |                                                                                       |
| 4                                                                                                                                                  |                      |                                                                                           |                                                                                       |
| Diketahui oleh,<br>Wakil Ketua 1 Bidang Akademik                                                                                                   |                      |                                                                                           |                                                                                       |
| Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M                                                                                                            |                      |                                                                                           |                                                                                       |

## Lampiran 24

### Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan 2

|  <b>STIE EKA PRASETYA MEDAN</b><br><b>PROGRAM STUDI MANAJEMEN</b> |            | <b>KARTU BIMBINGAN SKRIPSI</b><br><b>2</b>                         |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                   |            | Nama Mahasiswa : William Candra                                    |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |            | NIM : 201010231                                                    |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |            | Kelas : Kewirausahaan A                                            |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |            | Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)   |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |            | HP/WA : 0823-6282-9225 Email: williamcandra21@gmail.com            |                                                                                       |
| Alamat Tinggal: Jln. Bakaran batu.                                                                                                                 |            | Nama Dosen Pembimbing 1:                                           |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |            | Nama Dosen Pembimbing 2:                                           |                                                                                       |
|                                                                                                                                                    |            | Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. Dra. Pesta. Sultana, M.M. |                                                                                       |
| No                                                                                                                                                 | Tanggal    | Uraian Singkat Bimbingan                                           | Paraf Dosen Pembimbing                                                                |
| 1                                                                                                                                                  | 4-12-2023  | Menarik latar belakang bisnis yang menarik                         |    |
| 2                                                                                                                                                  |            | yang mau diteliti                                                  |                                                                                       |
| 3                                                                                                                                                  | 19-12-2023 | Revisi latar belakang                                              |   |
| 4                                                                                                                                                  | 12-01-2024 | 1. Data pada tabel 1.1 belum menunjukkan data yang menunjukkan     |                                                                                       |
| 5                                                                                                                                                  |            | tingkat bersaing dari kompetitor                                   |                                                                                       |
| 6                                                                                                                                                  |            | 2. Sumber indikator ditunjukkan oleh data dari penulis             |  |
| 7                                                                                                                                                  |            | 3. Diskusi kembali ke bagian 1 dan masalah penelitian              |                                                                                       |
| 8                                                                                                                                                  | 16-01-2024 | Perbaikan revisi rekrutasi & layout penelitian                     |                                                                                       |
| 9                                                                                                                                                  | 17-01-2024 | Ace untuk seminar proposal                                         |                                                                                       |
| 10                                                                                                                                                 | 4-03-2024  | Revisi latar belakang & pembahasan SUB BAB                         |  |
| 11                                                                                                                                                 | 13-03-2024 | Diskusi seputaran Judul & Variabel                                 |                                                                                       |
| 12                                                                                                                                                 | 2-05-2024  | RUM SPSS                                                           |                                                                                       |
| 13                                                                                                                                                 | 3-05-2024  | Revisi Uji Hipotesis                                               |                                                                                       |
| 14                                                                                                                                                 | 6-05-2024  | Ace dengan Meja Hijau                                              |  |
| 15                                                                                                                                                 |            |                                                                    |                                                                                       |
| 16                                                                                                                                                 |            |                                                                    |                                                                                       |
| 17                                                                                                                                                 |            |                                                                    |                                                                                       |
| REVISI SIDANG                                                                                                                                      |            | Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi                  | Ttd Dosen Penguji                                                                     |
| No                                                                                                                                                 | Tanggal    |                                                                    |                                                                                       |
| 1                                                                                                                                                  |            |                                                                    |                                                                                       |
| 2                                                                                                                                                  |            |                                                                    |                                                                                       |
| 3                                                                                                                                                  |            |                                                                    |                                                                                       |
| 4                                                                                                                                                  |            |                                                                    |                                                                                       |
| Diketahui oleh,<br>Wakil Ketua 1 Bidang Akademik                                                                                                   |            |                                                                    |                                                                                       |
| Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M                                                                                                            |            |                                                                    |                                                                                       |

## Lampiran 25

### Daftar Riwayat Hidup

#### **DATA PRIBADI**

|                        |                               |
|------------------------|-------------------------------|
| Nama                   | : Willian Candra              |
| Tempat / Tanggal Lahir | : Rantauprapat, 24 April 2002 |
| Jenis Kelamin          | : Laki - Laki                 |
| Alamat                 | : Jalan Bakaran Batu, Medan   |
| Alamat Email           | : willianchandra24@gmail.com  |
| Agama                  | : Buddha                      |
| Status                 | : Belum Menikah               |
| Handphone (HP)         | : 0823-6282-7225              |

#### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

|                              |                                |
|------------------------------|--------------------------------|
| 1. Tahun 2006 s/d Tahun 2008 | : TK Methodist-2 Rantauprapat  |
| 2. Tahun 2008 s/d Tahun 2014 | : SD Methodist-2 Rantauprapat  |
| 3. Tahun 2014 s/d Tahun 2017 | : SMP Methodist-2 Rantauprapat |
| 4. Tahun 2017 s/d Tahun 2020 | : SMA Methodist-2 Rantauprapat |
| 5. Tahun 2020 s/d Tahun 2024 | : STIE Eka Prasetya - Medan    |

#### **RIWAYAT PEKERJAAN**

|                          |                             |
|--------------------------|-----------------------------|
| 2017 – 2019              | : Staff Karyawan Toko       |
| Mei 2020 – Oktober 2020  | : Staff Karyawan dan Gudang |
| Desember 2020 – Mei 2022 | : Staff Collector           |
| 2022 – sekarang          | : Wakil Kepala Gudang       |

#### **DATA ORANGTUA**

|                |                                                                         |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Nama Ayah      | : Hok Kim                                                               |
| Pekerjaan      | : -                                                                     |
| Handphone (HP) | : -                                                                     |
| Alamat         | : -                                                                     |
| <br>           |                                                                         |
| Nama Ibu       | : Ika Lesnawati                                                         |
| Pekerjaan      | : Ibu Rumah Tangga                                                      |
| Handphone (HP) | : 0823-6769-0074                                                        |
| Alamat         | : Jalan Manaf Lubis simpang Kampung Sawah,<br>Perumahan Griya Sejahtera |

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 3 Mei 2024  
Penulis,

Willian Candra  
201010231