

**PENGARUH KETERAMPILAN SUMBER DAYA MANUSIA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING
PADA CM AUDIO**

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

SKRIPSI



**Ditulis Oleh :
CHARISTIAN VALENTIANO TAN
201010199**

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

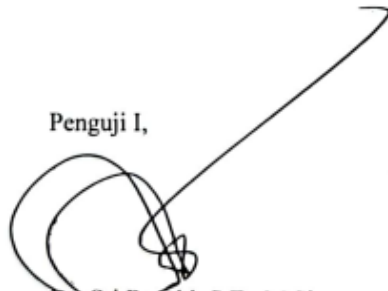
Skripsi dengan judul Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CM Audio

Yang dipersiapkan oleh:
Charistian Valentiano Tan
201010199

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 14 Juli 2024

Penguji I,



Dr. Sri-Bezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

Penguji II,



Afrizal, S.E., M.Si.
NIDN: 0114087402

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi Dengan Judul Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CM Audio

Yang dipersiapkan oleh:
Charistian Valentiano Tan
201010199

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

Medan, 02 Juni 2024

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

NIDN : 0112027303

Pembimbing II,



Dedy Lazuardi, S.E., M.M

NIDN : 0127117801

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 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	:	Charistian Valentiano Tan
NIM	:	201010199
Judul Skripsi	:	Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing pada CM AUDIO
Pembimbing 1	:	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga S.T., M.M.
Pembimbing 2	:	Dedy Lazuardi, S.E, M.M.

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

Medan, 14 Agustus 2024



Charistian Valentiano Tan
201010199

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul “**Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada CM AUDIO**” 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 sekaligus Dosen Pembimbing I
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M

5. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
6. Ketua Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution. S.E., M.M
7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Orang tua tercinta, saudaraku serta teman – teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih

Medan, 28 April 2024

Penulis

Charistian Valentiano Tan
201010199

ABSTRAK

Charistian Valentiano Tan, 201010199, 2024, Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing pada CM Audio, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M. M., Pembimbing II: Dedy Lazuardi, S. E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keterampilan sumber daya manusia terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio, mengetahui pengaruh keterampilan sumber daya manusia dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada CM Audio selama periode 2023 sebanyak 4.619 konsumen. Dengan menggunakan rumus slovin dengan persentase kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **keunggulan bersaing = -2.123 + 0,313 kualitas pelayanan + 0,567 keterampilan sumber daya manusia + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa keterampilan SDM berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di CM Audio berdasarkan uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 3,465 > t_{tabel} 1,66088$. Hasil menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di CM Audio berdasarkan uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 5,141 > t_{tabel} 1,66088$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan SDM dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di CM Audio, berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 45,624 > F_{tabel} 2,76$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square (R^2) = 0,490 atau 49% yang artinya bahwa keterampilan SDM dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 49% terhadap keunggulan bersaing di CM Audio. Sedangkan sisanya 51% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, citra, lokasi, dan pengetahuan kewirausahaan.

Kata Kunci: keterampilan, keunggulan bersaing, kualitas pelayanan, sumber daya manusia

ABSTRACT

Charistian Valentiano Tan, 201010199, 2024, The Effect of Human Resource Skills and Service Quality on Competitive Advantage at CM Audio, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M. M., Advisor II: Dedy Lazuardi, S. E., M.M.

This study aims to determine the effect of human resource skills on competitive advantage at CM Audio, determine the effect of service quality on competitive advantage at CM Audio, determine the effect of human resource skills and service quality on competitive advantage at CM Audio. The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this research is quantitative data. Data sources are primary data and secondary data. The population in this study were all consumers who made purchases at CM Audio during the 2023 period totaling 4,619 consumers. By using the slovin formula with a percentage error of 10%, a sample size of 98 respondents was obtained. The data was analyzed using multiple linear regression analysis methods. The analysis results provide an equation for **competitive advantage** = **-2,123 + 0.313 service quality + 0.567 human resource skills + e**. The results of the research analysis show that HR skills have a significant effect on competitive advantage at CM Audio based on partial hypothesis testing, namely $t_{count} 3.465 > t_{table} 1.66088$. The results show that service quality has a significant effect on competitive advantage at CM Audio based on partial hypothesis testing, namely $t_{count} 5.141 > t_{table} 1.66088$. The results showed that HR skills and service quality had a positive and significant effect on competitive advantage at CM Audio, based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely $F_{count} 45.624 > F_{table} 2.76$. The results of this study are supported by the value of R square (R^2) = 0.490 or 49%, which means that HR skills and service quality simultaneously have an influence of 49% on competitive advantage at CM Audio. While the remaining 51% is influenced by other factors that come from outside this research model such as price, image, location, and entrepreneurial knowledge.

Keywords: *competitive advantage, human resources, service quality, skills*

MOTTO

“Rahasia kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain belum ketahui”

-Aristotle Onassis

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

-Ridwan Kamil

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur kupersembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas takdir-Nya saya bisa menyelesaikan perkuliahan saya yang mana selama prosesnya banyak dihadapi dengan berbagai masalah, namun saya masih bisa menyelesaikan perkuliahan saya dengan tepat waktu.

Dengan ini kupersembahkan skripsi ini untuk:

Keluarga saya terutama kakek, nenek, paman tercinta yang telah mendukung dan memberikan banyak doa sehingga saya bisa menempuh pendidikan dengan baik sampai saat ini.

Keluarga angkat saya, terkhususnya, mama, kakak, dan abang saya yang telah membantu saya dalam mengerjakan usaha saya sehingga saya bisa memfokuskan diri saya dalam perkuliahan

Untuk Ibu Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan ilmu dan waktu luang untuk membimbing saya dengan sabar dan membantu saya sehingga skripsi saya dapat dikerjakan baik dan benar.

Untuk Dosen Penguji yang telah menguji saya serta memberikan tambahan ilmu serta saran dalam penulisan skripsi ini. Para Bapak dan Ibu Dosen, yang telah memberikan ilmu – ilmu yang kelak akan sangat berguna.

Untuk sahabat saya dan teman-teman seperjuangan skripsi saya, terima kasih atas bantuan kalian yang telah membantu skripsi saya dan berbagi ilmu kalian, susah senangnya masa skripsi ini kita jalani bersama-sama sampai akhir.

Untuk pacar saya yang menemani saya dari semester tengah sampai selesai skripsi ini, karena tanpa nya saya sudah pasti banyak kehilangan berkas bekas penting dalam melakukan pengumpulan berkas baik dari seminar proposal sampai skripsi yang sah.

Tidak lupa untuk diri saya sendiri yang sangat saya banggakan ini, telah bisa menyelesaikan apa yang telah saya mulai.

Untuk mobil ayla pertama saya yang telah menemani perkuliahan saya selama 3 tahun dimulai dari semester kedua.

Terima kasih semuanya.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
HALAMAN 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	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing	9
2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	9
2.1.1.2 Faktor Mempengaruhi Keunggulan Bersaing...	10
2.1.1.3 Kesenjangan Keunggulan Bersaing	11
2.1.1.4 Menciptakan Keunggulan Bersaing	12
2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing	13
2.1.2 Teori Keterampilan Sumber Daya Manusia	13

2.1.2.1	Pengertian Keterampilan Sumber Daya Manusia	13
2.1.2.2	Perbedaan Karyawan Berketerampilan dan Tidak Berketerampilan	14
2.1.2.3	Faktor Mempengaruhi Keterampilan Sumber Daya Manusia	17
2.1.2.4	Pendekatan Manajemen Sumber Daya Manusia	18
2.1.2.5	Indikator Keterampilan Sumber Daya Manusia	19
2.1.3	Teori Tentang Kualitas Pelayanan	20
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	20
2.1.3.2	Manfaat Kualitas Pelayanan	21
2.1.3.3	Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	22
2.1.3.4	Aspek – Aspek Penunjang dalam Pemilihan Jasa	24
2.1.3.4	Indikator Kualitas Pelayanan	26
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Konseptual	28
2.4	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.1.1	Lokasi Penelitian	30
3.1.2	Waktu Penelitian	30
3.2	Jenis dan Sumber Data	30
3.2.1	Jenis Data	30
3.2.2	Sumber Data	30
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi Penelitian	31
3.3.2	Sampel Penelitian	32
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	33

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1	Uji Validitas	34
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 Multikolinieritas.....	37
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.6.5	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	39
3.6.6	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	39
3.6.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Sejarah Singkat CM Audio.....	41
4.1.2	Visi, Misi dan Struktur Organisasi CM Audio	41
4.1.2.1	Visi CM Audio.....	41
4.1.2.2	Misi CM Audio.....	41
4.1.2.3	Struktur Organisasi CM Audio.....	42
4.1.3	Karakteristik Responden.....	44
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	45
4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	45
4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
4.1.4.1	Uji Validitas	46
4.1.4.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	50
4.1.5.1	Uji Normalitas.....	50

	4.1.5.2 Uji Multikolinearitas.....	52
	4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas	53
	4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda	53
	4.1.7 Uji Hipotesis	55
	4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)	55
	4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	56
	4.1.8 Koefisien Determinasi (R^2)	57
	4.1.9 Kontribusi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keterampilan SDM Terhadap Keunggulan Bersaing	58
4.2	Pembahasan.....	61
	4.2.1 Pengaruh Keterampilan Sumer Daya Manusia Terhadap Keunggulan Bersaing	61
	4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing.....	61
	4.2.3 Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing	62
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS		
	5.1 Kesimpulan	63
	5.2 Saran.....	63
	5.3 Implikasi Manajerial	64
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Konsumen CM Audio Periode 2019 – 2023	2
Tabel 1.2	Data Keterampilan Karyawan CM Audio.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Data Konsumen CM Audio Periode 2019 - 2023	32
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keterampilan SDM (X_1).....	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.8	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas.....	58
Tabel 4.9	Nilai Koefisien Korelasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi RM. Pondok Selera	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Keterampilan SDM (X_1)
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Reliabilitas Keterampilan SDM (X_1)
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Reliabilitas Kualitas Pelayanan (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 Keterampilan SDM (X_1)
Lampiran 10	Tabulasi Kuesioner Responden Kualitas Pelayanan (X_2)
Lampiran 11	Tabulasi Kuesioner Responden Keunggulan Bersaing (Y)
Lampiran 12	Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran 13	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 14	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Lampiran 16	Hasil Uji Signifikansi Parsial
Lampiran 17	Hasil Uji Signifikansi Simultan
Lampiran 18	Hasil Uji Koefisien Determinasi
Lampiran 19	Hasil Uji Linearitas
Lampiran 20	Surat Ijin Riset
Lampiran 21	Surat Balasan Riset
Lampiran 22	Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro
Lampiran 23	Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan
Lampiran 24	Daftar Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di masa sekarang, globalisasi telah memberikan perubahan terhadap dunia industri yang semakin lama semakin berkembang. Hal ini di akibatkan karena adanya arus globalisasi yang semakin terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan yang sangat ketat tersebut menyebabkan kalangan usaha kecil, menengah maupun besar saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Salah satu faktor yang dapat dilakukan perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing adalah memiliki sumberdaya yang terampil dan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan kontribusi bagi penciptaan keunggulan bersaing pada era globalisasi.

Untuk menghadapi era persaingan industri yang semakin ketat ini, sangat dibutuhkan strategi bersaing yang baik untuk menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Perusahaan dituntut untuk memahami perilaku konsumen pada pasar dan sasaran berbentuk menawarkan atau menjual produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada pelanggannya.

Penjual berusaha untuk menciptakan produk yang baik dalam kegiatan penjualan yang menuntut pengusaha agar dapat bersaing dengan pengusaha lainnya, oleh karena itu seorang pengusaha harus dapat mencari sumber daya manusia yang berkualitas untuk dituntut menciptakan hal-hal yang baru sesuai

trend yang sedang berkembang pada masa tertentu. Salah satu usaha yang terus mengalami persaingan ketat adalah di bidang teknologi *audio*.

CM Audio merupakan sebuah toko yang bergerak dalam bidang usaha penjualan produk dan jasa pemasangan *audio* mobil. Dengan semakin ketatnya persaingan yang ada saat ini membuat CM Audio tidak dapat mengembangkan usahanya dengan baik yang juga memberikan dampak pada keunggulan bersaingnya dibandingkan dengan toko-toko lainnya. Berikut tabel 1.1 yang menampilkan data konsumen pada periode 2019 – 2023:

Tabel 1.1

Data Konsumen CM Audio Periode 2019 – 2023

Tahun	Jumlah Konsumen
2019	4.911
2020	4.882
2021	4.792
2022	4.726
2023	4.619

Sumber: CM Audio Medan, 2024

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat penurunan pada jumlah konsumen yang melakukan pembelian di CM Audio dimana pada tahun 2019 jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 4.911 konsumen, pada tahun 2020 jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 4.882 konsumen, pada tahun 2021 jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 4.792 konsumen, pada tahun 2022 jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 4.726 konsumen dan pada tahun 2023 jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 4.619. Penurunan penjualan ini dapat disebabkan oleh berbagai hal termasuk peralatan dan perlengkapan CM Audio yang kurang lengkap, reliabilitas yang rendah, sumber daya manusia yang kurang terampil, peralatan dan perlengkapan CM Audio yang kurang sehingga menimbulkan rasa

kecewa, reliabilitas yang rendah dan kualitas pelayanan yang kurang mampu bersaing.

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. Menurut Nainggolan (2018), keunggulan bersaing atau *competitive advantage* merupakan suatu posisi yang harus dicapai jika ingin bertahan dalam persaingan ketat para pelaku usaha. Keunggulan bersaing merupakan salah satu faktor yang menentukan keberlanjutan perusahaan. Terdapat berbagai hal yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing sebuah toko dimana diantaranya adalah keterampilan sumber daya manusia (SDM) dan juga kualitas pelayanan.

Keterampilan SDM adalah penguasaan materi atau bahan pembelajaran yang berhubungan antara lain dengan kemampuan mengembangkan ide, memilih, menggunakan bahan, menggunakan peralatan dan teknik kerja. Sumber daya manusia sangat menentukan proses berjalannya kinerja suatu organisasi dalam menyelesaikan tugas dan fungsi dari organisasi itu sendiri. Menurut Nidyawati (2022), keterampilan adalah suatu kemampuan dalam mempergunakan akal, ide, serta kreatifitas dalam mengerjakan, membuat ataupun mengubah sesuatu menjadi yang lebih bermakna sehingga dapat menghasilkan sebuah nilai tambah dari hasil yang dikerjakan tersebut. Keterampilan SDM mempunyai kaitan yang erat dengan keunggulan bersaing karena dapat menjamin masa depan usaha. Keterampilan SDM yang bagus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan meningkatkan penjualan.

Kualitas pelayanan sendiri memiliki pengertian bahwa pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh seseorang pengusaha kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dengan pemberian tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan memberikan manfaat kepada penerima layanan. Menurut Riyadin (2019), kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh pada keunggulan bersaing perusahaan terutama pada perusahaan jasa. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk menjamin kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan perusahaan.

Fenomena yang terjadi di CM Audio adalah keterampilan SDM yang dimiliki oleh CM Audio dinilai masih kurang dapat membuat konsumen merasa puas dengan berbagai jasa yang diberikan sehingga terdapat kemungkinan ada konsumen tidak ingin kembali menggunakan jasa CM Audio. Berikut tabel 1.2 yang menampilkan keterampilan yang dimiliki oleh 5 karyawan dari CM Audio:

Tabel 1.2*Daftar Keterampilan Karyawan CM Audio*

Keterampilan	Karyawan				
	1	2	3	4	5
Memasang speaker audio mobil	√	√		√	
Memasang head unit		√	√		
Memasang kamera 360°			√	√	√
Memasang bass subwoofer	√	√	√	√	
Memasang Custom pilar a/b untuk speaker		√		√	
Memasang peredam akustik	√				√
Memasang kaca film	√	√	√	√	√
Mengganti led lampu	√	√		√	√
Melakukan Kalibrasi audio mobil		√	√	√	
Memasang power window	√		√		√
Memasang alarm mobil		√		√	
Memasang central lock	√	√	√	√	√
Memasang voltage stabilizer	√		√		

Sumber: CM Audio Medan, 2024

Pada tabel 1.2, dapat diketahui bahwa dari 5 anggota karyawan CM Audio, masih belum semua karyawan dapat memiliki keterampilan yang sama dalam mengoperasikan berbagai jasa yang disediakan oleh CM Audio karena masing-masing karyawan hanya sanggup memiliki beberapa keterampilan pemasangan saja.

Untuk fenomena mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh CM Audio dinilai kurang sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen karena kurangnya efektifitas baik dari sisi kecepatan pengerjaan, penanganan masalah dari karyawan sehingga rasa kekecewaan tersebut membuat konsumen tidak ingin kembali menggunakan layanan CM Audio dan memilih untuk ke tempat lainnya yang ada di sekitar CM Audio. Terdapat pesaing yang ada disekitaran CM Audio yang diketahui memberikan pelayanan lebih baik dari CM Audio seperti SWISS AUDIO dan TVM AUDIO seperti contoh memiliki ruang tunggu dengan sofa dan mesin kopi yang sering direkomendasikan oleh para konsumen yang telah memiliki

pengalaman menggunakan jasa layanan mereka dan merasa puas sehingga membuat konsumen lainnya menjadi semakin tertarik.

Berdasarkan pada uraian latar belakang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cm Audio.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang ada, maka disinyalir penurunan keunggulan bersaing disebabkan oleh:

1. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh CM Audio dinilai masih kurang terampil untuk dapat membuat konsumen tetap loyal dengan berbagai jasa yang diberikan.
2. Peralatan dan perlengkapan CM Audio yang sangat dinilai kurang sehingga menimbulkan rasa kecewa dan membuat konsumen memilih untuk pindah ke tempat lainnya
3. Reliabilitas CM Audio cukup rendah dibandingkan dengan tempat lain

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel keterampilan sumber daya manusia (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen CM Audio Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh antara keterampilan sumber daya manusia terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio?
3. Apakah terdapat pengaruh antara keterampilan sumber daya manusia, dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan sumber daya manusia terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio.
3. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan sumber daya manusia, dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut ini yaitu:

1. Aspek praktis

Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk dan jasa sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh keterampilan sumber daya manusia dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.

2. Aspek teoritis

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai pengaruh keterampilan sumber daya manusia dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau dasar referensi ketika peneliti selanjutnya akan melakukan penelitian. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai acuan penambahan pengetahuan mengenai pengaruh keterampilan sumber daya manusia dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing

2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Competitive advantage atau keunggulan bersaing adalah kemampuan atau kapabilitas yang dimiliki oleh suatu bisnis atau usaha dalam mendapatkan laba yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya yang didapatkan melalui karakteristik dan sumber daya dengan kinerja yang lebih baik. Suatu perusahaan dikatakan memiliki *competitive advantage* apabila dapat menghasilkan dan mempertahankan profit lebih banyak dari pesaingnya.

Menurut Lestari (2019), keunggulan bersaing merupakan nilai tambah dari hasil implementasi strategi yang merupakan salah satu penguat daya tawar perusahaan kepada konsumen. Sedangkan dari opini Aprizal (2018), 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. Selanjutnya Firmansyah (2019), menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor dekat. Pendapat dari Frida (2020), keunggulan bersaing merupakan faktor yang membedakan organisasi dengan yang lainnya yang berasal dari kompetensi inti

yang dimiliki organisasi. Sedangkan menurut RY Noordina & Rupilu (2020), keunggulan bersaing adalah kemampuan untuk menghasilkan *profit* di atas rata-rata pesaing dalam industri.

Berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.

2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing

Menurut Badrianto et al. (2020), berikut 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 Kesenjangan Keunggulan Bersaing

Menurut Badrianto et al. (2020), keunggulan bersaing diperoleh dengan mencari aspek-aspek diferensiasi yang akan dinilai sebagai nilai superior oleh konsumen sasaran dan yang tidak mudah diduplikasikan oleh pesaingnya.

Kesenjangan kapasitas terdiri dari beberapa kategori:

1. Kesenjangan sistem bisnis

Hasil dari pembentukan fungsi-fungsi individu yang lebih baik daripada pesaing-pesaingnya dan kesulitan pesaing untuk menghilangkan kesenjangan tersebut.

2. Kesenjangan posisi

Terjadi karena keputusan, tindakan dan keadaan sebelumnya.

3. Kesenjangan hukum atau peraturan

Terjadi karena ada perlakuan yang istimewa dari pemerintah terhadap sebuah perusahaan.

4. Kesenjangan kualitas organisasional atau manajerial

Kesenjangan ini merupakan konsekuensi dari kemampuan organisasi terhadap inovasi yang konsisten dan adaptasi yang lebih cepat serta lebih

efektif dibandingkan pesaing.

2.1.1.4 Menciptakan Keunggulan Bersaing

Berdasarkan opini Badrianto et al. (2020), berikut 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.

2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing

Berdasarkan opini Lestari (2019), keunggulan yang diterapkan oleh perusahaan dan diberikan kepada konsumen dari produk atau jasa yang dihasilkan.

Indikator keunggulan bersaing adalah:

1. Keunikan produk

Keunikan dari sebuah produk perusahaan dapat menjadi ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing atau produk umum di pasaran

2. Kualitas produk

Keunggulan dari kualitas produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan

3. Harga bersaing

Harga bersaing bisa diartikan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

2.1.2 Teori Keterampilan Sumber Daya Manusia

2.1.2.1 Pengertian Keterampilan Sumber Daya Manusia

Keterampilan kerja merupakan suatu hal mendasar yang wajib dimiliki oleh setiap karyawan. Pasalnya, keterampilan tersebut lah yang akan menjadi penentu keberlangsungan karir seorang karyawan. Oleh karena itu, mengasah keterampilan kerja merupakan hal penting untuk menunjang perkembangan perusahaan. Menurut Saputra (2020), keterampilan bekerja adalah tingkat keahlian atau kemampuan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya memenuhi target atau standar yang berlaku (target biaya, mutu, waktu yang diinginkan). Seorang pegawai atau karyawan memiliki tingkat keterampilan yang berbeda-beda. Secara umum dapat

kita bedakan dalam dua kategori: keterampilan kerja tinggi dan keterampilan kerja rendah. Sedangkan opini dari Prastowo (2017), keterampilan merupakan sebuah materi atau bahan pembelajaran yang berhubungan dengan antara lain kemampuan mengembangkan ide, memilih, menggunakan bahan, menggunakan peralatan dan teknik kerja.

Berdasar pada pendapat (Chaerudin et al., 2020), keterampilan (*skill*) kerja adalah kemampuan seorang karyawan untuk menggunakan akal pikiran, ide kreativitas dalam mengerjakan, mengubah dan membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil keterampilan tersebut. Sedangkan menurut Chaerudin (2019), keterampilan adalah membimbing, mengarahkan, membangun karyawan dalam belajar guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan secara terpadu.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan keterampilan kerja adalah tingkat keahlian atau kemampuan seseorang untuk menggunakan akal pikiran, ide kreativitas dalam mengerjakan, mengubah dan membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil keterampilan tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya memenuhi target atau standar yang berlaku (target biaya, mutu, waktu yang diinginkan).

2.1.2.2 Perbedaan Karyawan Berketerampilan Dan Tidak Berketerampilan

Menurut Saputra (2020), lima perbedaan mendasar antara orang yang berketerampilan kerja tinggi dan orang yang berketerampilan kerja rendah yaitu sebagai berikut:

1. *Free of error versus full of error*

Orang yang berketerampilan kerja tinggi selalu mengeluarkan hasil kerja yang sempurna. Bebas dari kesalahan-kesalahan kecil apalagi kesalahan besar. Sedangkan orang yang berketerampilan kerja rendah, hasil pekerjaan karyawan memiliki banyak kesalahan-kesalahannya. Sehingga, untuk membantu mereka mencapai hasil kerja yang baik, supervisor harus melakukan pengawasan penuh terhadap orang tersebut selama proses kerja berlangsung.

2. *Mandiri versus tergantung*

Orang yang berketerampilan kerja tinggi membutuhkan kepercayaan dan kebebasan dalam bekerja. Tidak membutuhkan supervisi proses. Tidak membutuhkan panduan atau bimbingan intensif. Bahkan bila diawasi dan dibimbing secara intensif, akan menurunkan semangat kerja mereka. Sedangkan orang yang berketerampilan kerja rendah selalu membutuhkan petunjuk atau panduan kerja intensif dari supervisor. Karena kesalahan masih sering terjadi dan mereka pun sering ragu-ragu sehingga membutuhkan dorongan dan bimbingan intensif dari supervisor.

3. *Sistematis versus serabutan*

Orang yang berketerampilan kerja tinggi selalu bekerja secara sistematis, teratur, runtut, dan rapi. Keterampilan yang mereka miliki mengakibatkan mereka bisa melihat pekerjaan dan menghadapi masalah-masalah kerja yang muncul secara lebih sederhana dan tenang. Sehingga mereka terlihat menjalankan pekerjaan secara teratur, sistematis, dan rapi. Sedangkan orang

yang berketerampilan kerja rendah, bekerja secara serabutan/acak. Tidak mempunyai prioritas atau langkah-langkah kerja yang jelas. Banyak pengulangan yang tidak perlu. Banyak koreksi dan perbaikan. Mereka belum bisa memandang pekerjaan dalam perspektif yang lebih sederhana. Mudah panik bila berhadapan dengan masalah-masalah kerja yang muncul. Ini mengakibatkan mereka terlihat bekerja secara serabutan, berantakan, dan tidak teratur.

4. Tetap berprestasi *versus* gagal berprestasi

Orang yang berketerampilan tinggi tetap bisa berprestasi baik walaupun berada dalam tekanan lingkungan atau kondisi yang tidak mendukung. Sedangkan orang yang berketerampilan rendah mengalami kegagalan ketika mendapat tekanan yang berat dari lingkungan ketika mereka bekerja. Permasalahan kerja yang muncul seperti kekurangan peralatan, kerusakan alat kerja, *deadline* yang pendek, resiko kerja yang sulit ditebak, ketidakpastian yang tinggi tidak akan membuat orang-orang yang berketerampilan kerja tinggi gagal berprestasi. Mereka tetap berprestasi atau mencapai target yang diinginkan walaupun mendapat tekanan atau lingkungan kerja tidak mendukung sekalipun.

5. Bisa mengatasi *versus* lepas tangan

Orang yang berketerampilan kerja tinggi, tidak mundur atau menghindari masalah. Mereka mampu mengidentifikasi sumber-sumber masalah dan menemukan jalan keluar yang terbaik. Sedangkan orang yang berketerampilan rendah, selalu menghindari masalah-masalah yang ada.

Selalu ingin cuci tangan atau melimpahkan masalah tersebut pada orang lain. Orang yang berketerampilan kerja tinggi selain dapat menjalankan proses kerja dengan baik, mereka juga dapat melakukan perbaikan bila proses atau sarana kerja mengalami gangguan atau bermasalah.

2.1.2.3 Faktor Mempengaruhi Keterampilan Sumber Daya Manusia

Menurut Chaerudin (2019), keterampilan seorang karyawan dalam dunia pekerjaan juga memerlukan sikap seperti:

1. Kecerdasan

Yaitu sikap kemampuan seseorang dalam berpikir, memahami gagasan secara luas tentang berbagai pengetahuan, serta memecahkan berbagai permasalahan yang dapat membantu seorang karyawan saat mendapati masalah yang terjadi di lingkungan kerja.

2. Kreatif

Yaitu sikap kemampuan karyawan dalam menemukan ide dalam bentuk unik yang belum dimiliki dengan yang lain. Sikap kreatif karyawan tidak dapat berkembang dengan sendirinya, tetapi pemikiran untuk menciptakan suatu yang baru datang dari lingkungannya.

3. Disiplin

Yaitu sikap kemampuan karyawan dalam menaati peraturan pekerjaan di perusahaan atau lembaga.

4. Interaksi dengan komunikasi

Yaitu sikap kemampuan seseorang dalam hubungan berkomunikasi dengan lancar dalam menjalin keakraban dan agar dapat bekerja sama dengan para pelanggan dengan baik.

2.1.2.4 Pendekatan Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Tsauri (2013), ada tiga pendekatan manajemen sumber daya manusia:

1. Pendekatan mekanis (klasik)

Pandangan pendekatan ini menunjukkan sikap bahwa tenaga kerja harus dikelompokkan sebagai modal yang merupakan faktor produksi. Dengan hal ini maka diusahakan untuk memperoleh tenaga kerja yang murah namun bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin dan memperoleh hasil yang lebih besar untuk kepentingan pemberi kerja.

2. Pendekatan paternalisme (paternalistik)

Dengan adanya perkembangan pemikiran dari para pekerja yang semakin maju, menunjukkan mereka dapat melepaskan diri dari ketergantungan manajemen maka pimpinan perusahaan mengimbangkan dengan kebaikan untuk para pekerja. Paternalisme merupakan suatu konsep yang menganggap manajemen sebagai pelindung terhadap karyawan, berbagai usaha telah dilakukan oleh pimpinan perusahaan supaya para pekerja tidak mencari bantuan dari pihak lain

3. Pendekatan sistem sosial (*human relation*)

Manajemen sumber daya manusia atau personalia merupakan proses yang kompleks. Dengan kekompleksan kegiatan manajemen sumber daya manusia, maka pimpinan perusahaan mulai mengarah pada pendekatan yang lain yaitu pendidikan sistem sosial yang merupakan suatu pendekatan yang dalam pemecahan masalah selalu memperhitungkan faktor – faktor lingkungan. Setiap ada permasalahan, maka diusahakan dipecahkan dengan sebaik mungkin dengan risiko yang paling kecil, baik bagi pihak tenaga kerja maupun pemberi kerja

2.1.2.5 Indikator Keterampilan Sumber Daya Manusia

Menurut Chaerudin et al. (2020), pengembangan keterampilan (*skill*), meliputi indikator:

1. Keterampilan teknis

Keterampilan teknis adalah kemampuan atau pengetahuan untuk memakai teknik tertentu dalam melakukan pekerjaan atau tugas tertentu

2. Keterampilan hubungan manusiawi

Keterampilan hubungan manusiawi adalah kemampuan untuk berhubungan dengan efisien dengan sesama rekan kerja dan membuat wawasan serta usaha kooperatif dalam timnya

3. Keterampilan konseptual

Keterampilan konseptual adalah kemampuan untuk memandang suatu tugas sebagai satu substansi yang komplet.

2.1.3 Teori Tentang Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang lebih profesional menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sekaligus mendukung terhadap pelanggan dalam membeli suatu barang. Para manajer masa kini dituntut untuk meningkatkan dan mengedepankan kualitas sebagai prioritas utama, sehingga setiap usaha bisnis tidak punya pilihan lain kecuali menjalankan konsep kualitas yang lebih profesional dan berkesinambungan. Menurut Ismainar (2015), kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Berdasarkan opini Tjiptono & Gregorius (2019), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan menurut Mutiawati et al. (2019), kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut. Menurut Juliana et al. (2021), Kualitas pelayanan merupakan sebuah penilaian tentang kehandalan dan superioritas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Rachmawati (2020), Kualitas pelayanan adalah keharusan yang harus segera dilakukan agar dapat bertahan dan tetap mendapat kepercayaan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan kualitas yang mendukung pengguna sistem atau aplikasi. Mengetahui kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara membandingkan persepsi pengguna sistem atas pelayanan yang diterima dengan atau yang diperoleh pada kenyataan sesungguhnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* merupakan sebuah tingkat keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen/pelanggan atau penerima layanan dengan tujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

2.1.3.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2016), manfaat yang didapatkan apabila sebuah perusahaan dapat memaksimalkan kualitas pelayanan diantaranya sebagai berikut ini:

1. Bagi pelanggan
 - a. Memuaskan pelanggan karena kebutuhan terpenuhi.
 - b. Meningkatkan loyalitas pelanggan karena merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang baik.
 - c. Meningkatkan penjualan produk dan jasa perusahaan karena dipercaya sebagai mitra bisnis.
 - d. Meningkatkan pendapatan perusahaan karena merasa menemukan perusahaan yang profesional.

2. Bagi karyawan
 - a. Lebih percaya diri karena puasny pelanggan.
 - b. Terciptanya kepuasan pribadi karena meningkatnya loyalitas pelanggan.
 - c. Menambah ketenangan bekerja karena meningkatkannya penjualan produk dan jasa perusahaan.
 - d. Memupuk semangat untuk meniti karir karena meningkatnya pendapatan perusahaan.
3. Bagi perusahaan
 - a. Meningkatkan citra perusahaan karena pelanggan merasa puas.
 - b. Kelangsungan usaha perusahaan terjamin karena loyalitas pelanggan meningkat.
 - c. Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan perusahaan karena adanya peningkatan penjualan produk dan jasa perusahaan.
 - d. Mendorong kemungkinan ekspansi dan meningkatkan laba perusahaan karena pendapatan perusahaan meningkat.

2.1.3.3 Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Rahmaniar et al. (2023), terdapat berbagai macam contoh kendala yang dapat dijadikan sebagai keluhan yang biasanya muncul dari pelanggan di antaranya:

1. Pelayanan dari *customer service* yang kurang memuaskan.

 Dalam hal ini pelanggan yang membutuhkan bantuan *customer service* baik seputar informasi ataupun kendala tidak merasa dilayani dengan baik karena

berbagai hal. Diantaranya tidak langsung memberikan respon, kurang ramah dan tidak memberikan solusi yang efektif.

2. Masalah dalam pengiriman

Seringkali ini terjadi di dalam dunia jasa pengiriman. Biasanya yang terjadi adalah keterlambatan pengiriman, hilang atau rusaknya barang pada saat proses pengiriman.

3. Komplain berulang kali

Kendala yang pelanggan alami berulang kali dengan kondisi yang sama juga menjadi salah satu hal yang dikeluhkan pelanggan bahkan membuat pelanggan memutuskan untuk tidak lagi menggunakan jasa pengiriman tertentu.

4. Sulit menghubungi layanan *customer service*

Misalnya pada saat layanan telepon yang pelanggan hubungi dialihkan atau email yang dikirimkan tidak kunjung dibalas. Kekecewaan pelanggan niscaya akan semakin semakin tinggi sewaktu hal ini terjadi.

5. Keluhan pelanggan dalam pelayanan merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan. Mengeluh adalah salah satu bentuk perhatian pelanggan kepada perusahaan untuk meningkatkan pelayanannya. Penanganan keluhan adalah contoh pelayanan yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggannya. Perusahaan harus menyampaikan maupun menanggapi baik secara tertulis maupun langsung terhadap keluhan pelanggan. Untuk menyelesaikan tugasnya, perusahaan membutuhkan strategi komunikasi seperti petunjuk operasional dan teknis. Strategi

komunikasi termasuk strategi dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

2.1.3.4 Aspek – aspek Penunjang dalam Pemilihan Jasa

Menurut Anugrah (2020), konsumen yang menggunakan bidang jasa, pada umumnya akan menentukan aspek – aspek penunjang dalam pemilihan jasa yang akan digunakan. Aspek tersebut diantaranya:

1. Kecepatan dan ketanggapan

Konsumen akan memilih produk dalam pelayanan yang cepat. Hal ini memengaruhi waktu yang dibutuhkan. Saat ini, waktu pelayanan yang cepat dapat menjadi pilihan karena konsumen tidak menginginkan waktu yang lebih lama dalam mendapatkan pelayanan. Semakin lama waktu tunggu yang diberikan kepada konsumen maka konsumen akan kecewa dan bahkan berpindah ke tempat lain. Kecepatan juga termasuk dalam hal tanggap dalam menyelesaikan permasalahan yang timbul akibat adanya gangguan dalam pelayanan ataupun mendapatkan produk. Ketanggapan meliputi kemampuan pelayanan dalam hal membaca keinginan konsumen. Zaman sekarang, hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan dengan membuka layanan konsumen ataupun pemesanan 24 jam.

2. Kemudahan

Konsumen menginginkan kemudahan dalam memperoleh informasi tentang produk yang ditawarkan di mana pun dan kapan pun konsumen berada. Pada zaman sekarang di mana media komunikasi sudah berkembang dengan

pesatnya, maka perusahaan, pemilik, ataupun pengelola usaha harus dapat menyesuaikan keadaan. Apabila zaman dahulu konsumen harus bertemu secara langsung dengan bagian pelayanan dan pada saat jam kerja, maka saat ini pelayanan tersebut dapat dilakukan dengan tidak bertatap muka dan tidak mengenal jam kerja.

3. Reputasi

Citra perusahaan juga merupakan penentu kecenderungan bagi konsumen dalam memilih produk jasa yang ditawarkan. Semakin baik citra yang dimiliki oleh perusahaan, tingkat kepercayaan konsumen pun akan semakin tinggi.

4. Keamanan

Konsumen menginginkan keamanan bagi dirinya pada saat melakukan pembelian produk jasa yang ditawarkan. Keamanan tersebut berupa keamanan transaksi keuangan dan data diri konsumen.

5. Kepastian

Konsumen harus mendapatkan kepastian bahwa produk yang dibeli dapat digunakan sesuai perjanjian

2.1.3.5 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono & Gregorius (2019), indikator Kualitas Pelayanan yang paling sering dijadikan acuan adalah:

1. Reliabilitas

Yaitu kemampuan melayani yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Responsivitas

Yaitu kesediaan karyawan membantu konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap.

3. Jaminan

Mencakup hal seperti pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dan bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan.

4. Empati

Kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para konsumen.

5. Bukti fisik

Fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi dari perusahaan untuk konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini penelitian terdahulu yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Fariska Hariana (2020) IQTISHADEquity Jurnal Manajemen. Vol.2, No.2, 2020 ISSN: 2622-6367 Sidoarjo Sinta 5	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Express di Kecamatan Taman Sidoarjo	Independen X_1 = Kualitas Pelayanan X_2 = Citra Perusahaan Dependen Y = Keunggulan Bersaing	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing
2	Kholid Murtadlo & Hanan (2019) SKETSA BISNIS, Vol 5 No.1, 2018, P-ISSN: 2356-3672 E-ISSN: 2460-0989 Pasuruan Sinta 4	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan <i>Supply Chain Management</i> Terhadap Kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing	Independen X_1 =Kompetensi Kewirausahaan X_2 = Kompetensi Sumber Daya Manusia X_3 = <i>Supply Chain Management</i> Dependen Y_1 =Kinerja UKM Y_2 =Keunggulan Bersaing	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan kompetensi kewirausahaan, kompetensi sumber daya manusia dan <i>supply chain management</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing.
3	Intan Bona Rejeki Sinaga, Elizabeth Haloho (2020) Jurnal Mutiara Manajemen, Vol.5, No.1.2020.e-ISSN: 2579-759X	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Champion Cafe Medan	Independen X = Kualitas Pelayanan Dependen Y = Keunggulan Bersaing	Hasil menunjukkan secara parsial bukti fisik, keandalan dan jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, tetapi keandalan dan empati tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing
4	Muhammad Haviel Nurachman (2021) <i>MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen</i> Bandung Sinta 5	Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung	Independen X_1 =Inovasi Produk X_2 = Kualitas Produk X_3 =Kualitas Pelayanan Dependen Y =Keunggulan Bersaing	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan inovasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

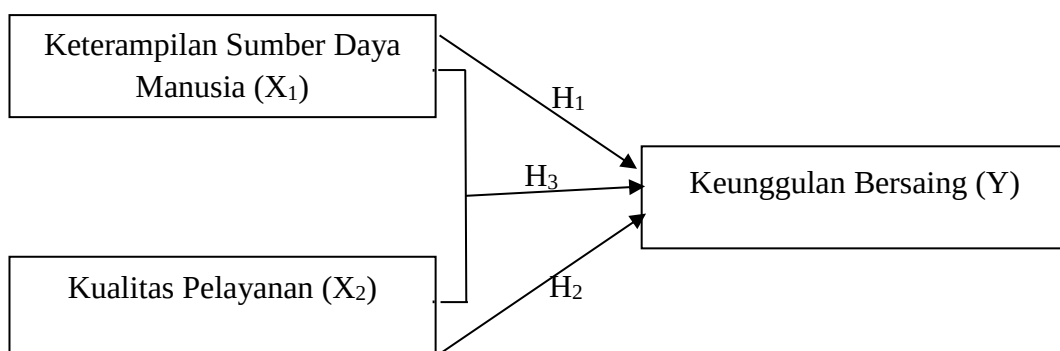
5	Marco Thom(2016) <i>Journal of Entrepreneurship in the Arts</i> , London Quartile 3	<i>Crucial Skills For The Entrepreneurial Success Of Fine Artists</i>	Independen $X = Skills$ Dependen $Y = Entrepreneurial Success Of Fine Artists$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan <i>Skills</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Entrepreneurial Success Of Fine Artists</i> .
6	Nattapat Samuthijinda(2022)) <i>Asian Administration and Management Review</i> , Bangkok Quartile 3	<i>The Impact of Electronic Service Quality Management on Organization Success of Hotels Businesses in Bangkok</i>	Independen $X = Service Quality$ Dependen $Y = Organization Success$	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan <i>service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>organization success</i> .
7	Ihdina Gustina & Dedy Lazuardy (2022) Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya, Vol.8, No.1, 2022 Medan Sinta 5	<i>Analysis of The Effect of Marketing Mix On The Competitive Advantage of Samoto Products In PT. Utama Netindo Semesta</i>	Independen $X = Marketing Mix$ Dependen $Y = Competitive Advantage$	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara produk dan harga terhadap keunggulan bersaing

2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

- H₁: Terdapat pengaruh keterampilan SDM terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio.
- H₂: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio.
- H₃: Terdapat pengaruh keterampilan SDM dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah CM Audio yang beralamat di jalan Brig Jend. Zein Hamid No.4 A, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2024 sampai April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Berdasarkan pendapat Syamsuddin et al. (2023), penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.

3.2.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2018), “sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan pengaruh

keterampilan sumber daya manusia dan kualitas layanan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio

2. Data sekunder

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2018), “sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen,” yaitu data tersebut diperoleh dan diolah dari pelanggan CM Audio.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Rinaldi dan Gustina (2022), populasi adalah sebutan untuk orang – orang atau penduduk yang berada dalam suatu wilayah tertentu. Populasi bukan sekedar jumlah subjek atau objek yang kemudian dipelajari dan diteliti. Akan tetapi populasi harus bisa menunjukkan sifat-sifat dan semua karakter yang dimiliki oleh subjek atau objek yang akan diteliti tersebut, sedangkan sampel adalah: sebagian karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi. Berdasarkan pendapat Syamsuddin et al. (2023), populasi dapat diartikan sebagai subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diamati atau diteliti oleh peneliti. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada CM Audio selama periode 2023 sebanyak 4.619 konsumen.

Tabel 3.1*Data Konsumen CM Audio Periode 2019 – 2023*

Tahun	Jumlah Konsumen
2019	4.911
2020	4.882
2021	4.792
2022	4.726
2023	4.619

Sumber: CM Audio Medan, 2024

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Jaya (2019), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 4.619 konsumen maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus slovin yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{4.619}{1+4.619(10\%^2)}$$

$$= \frac{4.619}{1+4.619(0,01)}$$

$$= \frac{4.619}{1+46,19}$$

$$= \frac{4.619}{47,19}$$

$$= 98$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 4.619 konsumen dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 konsumen.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Keterampilan (X ₁)	Keterampilan bekerja adalah tingkat keahlian atau kemampuan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya memenuhi target atau standar yang berlaku (target biaya, mutu, waktu yang diinginkan).	1. Keterampilan teknis 2. Keterampilan hubungan manusiawi 3. Keterampilan konseptual	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Saputra (2020) Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen.	Chaerudin (2019) 1. Reliabilitas 2. Responsivitas 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti fisik	
Keunggulan Bersaing (Y)	Tjiptono & Gregorius (2019) Keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor dekat.	Tjiptono & Gregorius (2019) 1. Keunikan Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga Bersaing	Skala <i>Likert</i>
	Firmansyah (2019)	Lestari (2019)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Herlina (2019), dalam setiap penelitian dan riset, data merupakan bagian yang terpenting. Untuk memperoleh dan mengumpulkan data, ada beragam teknik yang bisa dilakukan, salah satunya dengan menggunakan angket atau kuesioner. Menurut Herlina (2019), skala *Likert* merupakan alat untuk mengukur atau mengumpulkan data dengan cara menjawab item butir-butir kuesioner. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek yang jenjangnya bisa tersusun:

1. Sangat setuju/baik/suka
2. Setuju/baik/suka
3. Netral antara setuju dan tidak
4. Kurang setuju/baik
5. Sama sekali tidak setuju/buruk/kurang sekali

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan

membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pernyataan dikatakan valid.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan *alpha* sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Herlina (2019), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Marsam (2020), uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini dasar pengambilan keputusannya:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of*

regression menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Gunawan (2018), uji normalitas residual pada model regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Terdapat 2 metode untuk melakukan uji ini diantaranya sebagai berikut:

1. Metode grafik

Uji normalitas dengan menggunakan metode ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal probability plot of regression standardized residual*. Dari grafik diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

2. Metode uji *one sample Kolmogorov smirnov*

Seperti halnya metode grafik, metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,1.

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Rahayu et al. (2020), tujuan digunakannya uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Menurut Hironymus (2020), uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*variance inflation factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*variance inflation factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ansofino et al. (2016), uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Menurut Priyatno (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi

yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing (*dependent variabel*)

X₁ = Keterampilan (*independent variabel*)

X₂ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)

a = Konstanta

b_{1,2} = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018), uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0,$

Artinya keterampilan sumber daya manusia; kualitas pelayanan parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio

2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0,$

Artinya keterampilan sumber daya manusia; kualitas pelayanan parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio

Dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikansi $(\alpha) = 5\%$

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

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

3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Kurniawan & Yuniarto (2016), uji simultan adalah uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan di dalam suatu model. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya

adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

Menurut Priyatno (2018), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

- 1 H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$
- 2 H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018), mengemukakan bahwa, analisis determinasi atau disebut juga *RSquare* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama, terhadap variabel dependen (Y). Hal ini berarti, semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap dependen semakin kuat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat CM Audio

CM Audio merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang audio, aksesoris, led hingga kaca film mobil yang ada di Kota Medan. CM Audio berdiri sejak tahun 2017 dan sudah beroperasi hingga saat ini tahun 2024. CM Audio berlokasi di Jalan Brig Jend. Zein Hamid No. 4 A, Titi Kuning, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20219

4.1.2 Visi, Misi dan Struktur Organisasi CM Audio

4.1.2.1 Visi CM Audio

Menjadi pilihan utama untuk pelanggan yang mencari solusi audio terbaik, aksesoris mobil berkualitas tinggi, penerangan LED inovatif, dan kaca film mobil yang berkualitas, memberikan pengalaman belanja yang unggul dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

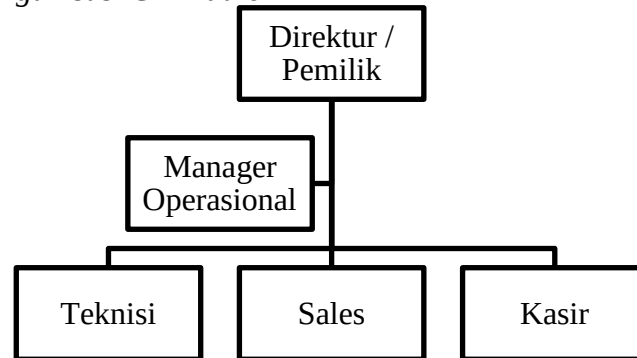
4.1.2.2 Misi CM Audio

1. Memberikan produk berkualitas tinggi
2. Memberikan pelayanan yang unggul
3. Menjamin keamanan dan kepercayaan pelanggan dengan menyediakan produk – produk yang sesuai dengan standar keamanan dan memberikan jaminan kualitas

4.1.2.3 Struktur Organisasi CM Audio

Gambar 4.1

Struktur Organisasi CM Audio



1. Direktur / Pemilik
 - a. Merumuskan dan melaksanakan strategi bisnis jangka panjang dan jangka pendek untuk mencapai tujuan perusahaan
 - b. Mengelola, memimpin, dan mengembangkan tim manajemen dan staf operasional untuk memastikan kinerja yang optimal dan pencapaian target penjualan
 - c. Membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan
 - d. Memimpin upaya pemasaran dan branding untuk meningkatkan visibilitas dan citra merek toko
 - e. Bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan
2. Manager Operasional
 - a. Bertanggung jawab atas operasional harian toko
 - b. Mengawasi pengelolaan persediaan, pemantauan rotasi barang dan melakukan pemesanan ulang sesuai dengan kebutuhan toko

- c. Merencanakan dan melaksanakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, serta memastikan tim bekerja sesuai dengan standar perusahaan
- d. Memberikan pelayanan pelanggan yang unggul dan merespons keluhan pelanggan
- e. Bertanggung jawab atas penataan dan tampilan produk di toko agar menarik perhatian pelanggan dan mempromosikan penjualan

3. Teknisi

- a. Melakukan pemasangan dan perbaikan produk audio, aksesoris mobil, sistem LED, dan kaca film mobil sesuai dengan standar kualitas dan petunjuk pabrik
- b. Bertanggung jawab atas pemeliharaan rutin dan uji fungsional terhadap peralatan audio, aksesoris mobil, sistem LED, dan kaca film mobil untuk memastikan kinerja optimal
- c. Memberikan penjelasan kepada pelanggan tentang produk dan layanan yang diberikan
- d. Menyelidiki dan memecahkan masalah teknis yang mungkin timbul pada produk audio, aksesoris mobil, sistem LED, dan kaca film mobil

4. Sales

- a. Bertanggung jawab atas penjualan produk audio, aksesoris mobil, sistem LED, dan kaca film mobil dengan mencapai target penjualan yang ditetapkan

- b. Memberikan pelayanan pelanggan yang unggul, merespons pertanyaan pelanggan, memberikan informasi produk, dan memberikan saran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan
 - c. Membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan
 - d. Memasarkan produk kepada pelanggan untuk meningkatkan penjualan
- 5. Kasir
 - a. Melakukan transaksi penjualan dengan pelanggan
 - b. Mengelola kas toko dan memastikan keakuratan saldo kas setiap hari
 - c. Menangani proses pengembalian barang, penukaran, dan pengembalian dana dengan mematuhi kebijakan pengembalian toko

4.1.3 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi mengenai data yang diterima atau observasi identitas responden yang mencakup jenis kelamin, jumlah pembelian, serta sumber informasi. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 98 responden.

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin seperti pada tabel 4.1 di bawah ini

Tabel 4.1***Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin***

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki – Laki	66	67%
2	Perempuan	32	33%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.1 terlihat responden pada CM Audio yang berjenis kelamin laki – laki paling banyak yaitu 66 responden (67%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 responden (33%)

4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian seperti pada tabel 4.2 di bawah ini

Tabel 4.2***Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian***

No	Jumlah Pembelian	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp. 5.000.000	30	31%
2	Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	32	33%
3	> Rp. 10.000.000	36	36%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.2 terlihat responden pada CM Audio yang melakukan jumlah pembelian > Rp. 10.000.000 paling banyak yaitu 36 responden (36%), Rp. 5.000.000 – Rp.10.000.000 sebanyak 32 responden (33%) dan < Rp.5.000.000 sebanyak 30 responden (31%)

4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi

Karakteristik responden berdasarkan sumber informasi seperti pada tabel 4.3 di bawah ini

Tabel 4.3***Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi***

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase (%)
1	Rekomendasi	25	26%
2	Penawaran CM Audio	46	47%
3	Pencarian Sendiri/Media Sosial	27	27%
	Jumlah	98	100%

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.3 terlihat responden pada CM Audio berdasarkan sumber informasi penawaran CM Audio paling banyak yaitu 46 responden (47%), pencarian sendiri / media sosial sebanyak 27 responden (27%) dan rekomendasi sebanyak 25 responden (26%)

4.1.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pernyataan dikatakan valid.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan *alpha* sebesar 5% dengan ketentuan:

3. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
4. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Untuk nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n - 2$ pada tingkat signifikansi 10% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30, maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah jumlah sebanyak 30, maka akan didapatkan nilai batas maksimal korelasi adalah sebesar 0,3061. Hasil uji validitas untuk variabel keterampilan SDM (X_1) dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini

Tabel 4.4.

Hasil Uji Validitas Variabel Keterampilan SDM (X_1)

No	Pernyataan	Nilai Corrected-item-Total Corrected	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya melihat karyawan CM Audio memiliki keterampilan yang baik dalam melakukan pemasangan teknis	0,762	0,3610	Valid
2.	Saya merasa percaya dengan keterampilan karyawan CM Audio	0,790	0,3610	Valid
3.	Saya melihat karyawan CM Audio dapat berkomunikasi dengan baik	0,440	0,3610	Valid
4.	Saya merasa memiliki hubungan yang baik dengan CM Audio	0,698	0,3610	Valid
5.	Saya menilai karyawan CM Audio dapat memberikan gambaran yang baik mengenai kebutuhan saya	0,810	0,3610	Valid
6.	Saya menilai karyawan CM Audio memahami kebutuhan saya	0,787	0,3610	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel keterampilan SDM menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3610 sehingga semua butir pernyataan kuesioner keterampilan SDM dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah.

Tabel 4.5*Hasil uji validitas Kualitas Pelayanan (X₂)*

No	Pernyataan	Nilai Corrected-item-Total Corrected	r tabel	Keterangan
1.	Saya melihat CM Audio menyediakan produk sesuai kebutuhan dengan handal	0,592	0,3610	Valid
2.	Saya dimudahkan dengan kehandalan pelayanan CM Audio	0,612	0,3610	Valid
3.	CM Audio sangat cepat tanggap dalam melayani saya	0,633	0,3610	Valid
4.	CM Audio selalu menanggapi setiap permintaan dan pertanyaan saya	0,552	0,3610	Valid
5.	Jasa yang diberikan CM Audio dapat terjamin kualitasnya	0,638	0,3610	Valid
6.	Pelayanan yang diberikan oleh CM Audio adalah pelayanan yang terbaik	0,497	0,3610	Valid
7.	CM Audio melayani konsumen dengan adil	0,729	0,3610	Valid
8.	CM Audio melayani konsumen dengan ramah dan hangat	0,752	0,3610	Valid
9.	CM Audio memiliki fasilitas yang dapat saya gunakan	0,795	0,3610	Valid
10.	Saya menilai bahwa fasilitas yang digunakan CM Audio memudahkan transaksi saya	0,479	0,3610	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3610 sehingga semua butir pernyataan kuesioner kualitas pelayanan dinyatakan telah valid.

Hasil uji validitas untuk variabel keunggulan bersaing (Y) dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah.

Tabel 4.6*Hasil uji validitas keunggulan bersaing (Y)*

No	Pernyataan	Nilai Corrected-item-Total Corrected	r tabel	Keterangan
1.	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh CM Audio terjangkau	0,814	0,3610	Valid

No	Pernyataan	Nilai Corrected-item-Total Corrected	r tabel	Keterangan
2.	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh CM Audio sebanding dengan kualitas yang diberikan oleh CM Audio	0,883	0,3610	Valid
3.	Saya melihat kualitas yang diberikan oleh CM Audio di atas rata – rata	0,916	0,3610	Valid
4.	Saya akan kembali menggunakan jasa dari CM Audio di kemudian hari	0,867	0,3610	Valid
5.	Saya menganalisa hasil kerja CM Audio berbeda dengan hasil kerja di tempat lain yang unik	0,752	0,3610	Valid
6.	Saya melihat CM Audio memiliki Teknik pemasangan dan perbaikan yang lebih unik jika dibandingkan dengan tempat lainnya	0,834	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2024) Data Diolah

Dari tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel keunggulan bersaing menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,3610 sehingga semua butir pernyataan kuesioner keunggulan bersaing dinyatakan telah valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Herlina (2019), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel keterampilan SDM (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan keunggulan bersaing (Y) dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini

Tabel 4.7.**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Keterampilan SDM (X_1)	0,762	6
Kualitas pelayanan (X_2)	0,807	10
Keunggulan bersaing (Y)	0,915	6

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.7, maka dinyatakan bahwa variabel keterampilan SDM (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan keunggulan bersaing (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Menurut Marsam (2020), uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini dasar pengambilan keputusannya:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Gunawan (2018), uji normalitas residual pada model regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi

normal atau tidak. Terdapat 2 metode untuk melakukan uji ini diantaranya sebagai berikut:

1. Metode grafik

Uji normalitas dengan menggunakan metode ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *normal probability plot of regression standardized residual*. Dari grafik diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

2. Metode uji *one sample Kolmogorov smirnov*

Seperti halnya metode grafik, metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,1.

Hasil uji normalitas menggunakan grafik *histogram* dapat dilihat pada lampiran 12 menunjukkan bahwa hasil grafik *histogram* mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri atau pun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal

Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Berdasarkan pengujian normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Rahayu et al. (2020), tujuan digunakannya uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Menurut Hironymus (2020), uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*variance inflation factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*variance inflation factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Uji multikolinearitas yang dapat dilihat pada Lampiran 10 bahwa menunjukkan masing-masing variabel bebas kualitas pelayanan dan keterampilan SDM sebesar $0,652 > 0,1$, sedangkan nilai VIF variabel bebas kualitas pelayanan dan keterampilan SDM sebesar $1,535 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ansofino et al. (2016), uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana

terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Menurut Priyatno (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas *scatterplot* yang dapat dilihat pada Lampiran 11 bahwa hasil grafik *scatterplot* menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini

4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020), berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk persamaan regresi linier pada umumnya dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing (*dependent variabel*)

X₁ = Keterampilan (*independent variabel*)

X₂ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)

a = Konstanta

b_{1,2} = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

Analisis regresi linear berganda yang dapat dilihat pada lampiran 13 bahwa hasil diperoleh persamaan regresi adalah **keunggulan bersaing = -2,123 + 0,567 keterampilan sumber daya manusia + 0,313 kualitas pelayanan + e**

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. -2,123 artinya jika kualitas pelayanan dan keterampilan SDM yang diteliti berjumlah 0, maka keunggulan bersaing pada CM Audio adalah sebesar -2,123
2. 0,567 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel keterampilan sumber daya manusia pelayanan akan menyebabkan keunggulan bersaing bertambah sebesar 0,567 satu – satuan
3. 0,313 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan keunggulan bersaing bertambah sebesar 0,313 satu – satuan

4.1.7 Uji Hipotesis

4.1.7.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Priyatno (2018), uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap

variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2 = 0,$

Artinya keterampilan sumber daya manusia; kualitas pelayanan parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio

2. $H_a: b_1, b_2 \neq 0,$

Artinya keterampilan sumber daya manusia; kualitas pelayanan parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio

Dalam penelitian ini, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikansi $(\alpha) = 10\%$

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - k = 98 - 2 = 96$. Dengan diketahui df adalah 96 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,66088. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial yang dapat dilihat pada Lampiran 14 bahwa hasil diperoleh nilai $t_{hitung} (3,465) > t_{tabel} (1.66088)$ dan nilai signifikan sebesar $0.001 < 0.10$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing CM

Audio. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (5,141) > t_{tabel} (1.66088)$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.10$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial keterampilan SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap keunggulan bersaing CM Audio.

4.1.7.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Kurniawan & Yuniarto (2016), uji simultan adalah uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan di dalam suatu model. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

Menurut Priyatno (2018), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan $(\alpha) = 10\%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

- 1 H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$
- 2 H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: df (pembilang) = $k - 1 = 2 - 1 = 1$, df (penyebut) = $n - k = 98 - 2 = 96$.

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 1 dan df (penyebut) adalah 96, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} tersebut yaitu sebesar 2,76. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 10\%$.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan yang dapat dilihat pada Lampiran 15 bahwa diperoleh nilai $F_{\text{hitung}} (45,624) > F_{\text{tabel}} (2,76)$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.10$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu secara simultan kualitas pelayanan dan keterampilan SDM berpengaruh terhadap keunggulan bersaing CM Audio.

4.1.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018), mengemukakan bahwa, analisis determinasi atau disebut juga *RSquare* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama, terhadap variabel dependen (Y). Hal ini berarti, semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap dependen semakin kuat.

Hasil pengujian Koefisien determinasi yang dapat dilihat pada Lampiran 16 bahwa nilai koefisien determinasi yang dapat dilihat dari perolehan nilai *R Square*

adalah sebesar 0.490 berarti kualitas pelayanan dan keterampilan SDM terhadap keunggulan bersaing CM Audio sebesar 49% dan sisanya 51% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti lokasi, harga dan pengetahuan wirausaha.

4.1.9 Kontribusi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keterampilan SDM Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel kualitas pelayanan dan keterampilan SDM tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain uji *R Square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing – masing dari variabel kualitas pelayanan dan keterampilan SDM terhadap keunggulan bersaing. Berikut pengujiannya:

Tabel 4.8.

Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keterampilan sumber daya manusia	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Kualitas pelayanan	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Dari hasil pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel keterampilan SDM memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap keunggulan bersaing karena karena posisinya yang berada di urutan paling atas setelah kualitas pelayanan. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing –

masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing. Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.9.
Nilai Koefisien Korelasi

Correlations				
		Keterampilan Sumber Daya Manusia	Kualitas Pelayanan	Keunggulan Bersaing
Keterampilan sumber daya manusia	Pearson Correlation	1	.590**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	98	98	98
Kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.590**	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	98	98	98
Keunggulan bersaing	Pearson Correlation	.652**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: Hasil penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan hasil tersebut, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan dan keterampilan SDM terhadap keunggulan bersaing. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Variabel X} = \text{Coefficient Standardized} \times \text{Koefisien Korelasi}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari kualitas pelayanan dan keterampilan SDM terhadap keunggulan bersaing:

1. Kontribusi kualitas pelayanan = $0,590 \times 0,314 = 0,18526$
2. Kontribusi keterampilan SDM = $0,652 \times 0,467 = 0,304484$

3. Kontribusi secara simultan $= 0,18526 + 0,304484 = 0,489744$

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

1. Besarnya kontribusi keterampilan SDM terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,304484, ini artinya secara parsial keterampilan SDM mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 30,5%
2. Besarnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,18526, ini artinya secara parsial kualitas pelayanan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 18,5%
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,489744, ini artinya kualitas pelayanan dan keterampilan SDM secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 49%. Hasil ini selaras dengan nilai *R square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel keterampilan SDM berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio. Hal tersebut dapat terjawab karena CM Audio kurang menyediakan sumber daya manusia yang ahli sehingga menyebabkan penurunan keunggulan bersaing. Hasil penelitian sejalan dengan Murtadlo dan Hanan (2019) ”Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis jalur, diketahui bahwa kompetensi sumber daya berpengaruh terhadap kinerja UKM.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut dapat terjawab karena peralatan dan perlengkapan CM Audio kurang lengkap yang kemudian menyebabkan konsumen kecewa dan memilih untuk pindah ke tempat lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hariana (2020) ”Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Express di Kecamatan Taman Sidoarjo”. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

4.2.3 Pengaruh Keterampilan Sumber Daya Manusia dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara keterampilan SDM dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada CM Audio. Nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,490 artinya keterampilan SDM dan kualitas pelayanan sebesar 49% sedangkan sisanya 51% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marco Thom (2016) "*Crucial Skills For The Entrepreneurial Success of Fine Artists*" dimana hasil tersebut menunjukkan secara parsial maupun simultan, *skills* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial success of fine artist*. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian oleh Samuthijinda (2022) "*The Impact of Electronic Service Quality Management on Organization Success of Hotels Business in Bangkok*", dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organization success*.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa secara parsial keterampilan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di CM Audio.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di CM Audio.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa secara simultan keterampilan sumber daya manusia dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di CM Audio.

5.2 Saran

Saran – saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah:

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 keunggulan bersaing

pada CM Audio selain variabel keterampilan SDM dan kualitas pelayanan misalnya harga, kepercayaan, komitmen dan berbagai variabel lainnya.

2. Perluasan cakupan konsumen

Salah keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari konsumen yang mengunjungi CM Audio saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan konsumen seperti yang membeli melalui *e-commerce*

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 98 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 analisa yang telah penulis lakukan melakukan uji linearitas, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan secara perusahaan sebagai berikut:

1. CM Audio diharapkan dapat mempertahankan keterampilan SDM (X_1) untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Y), seperti:
 - a. Mengikuti pelatihan dan seminar agar dapat lebih memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

- b. Melakukan pelatihan rutin secara internal maupun external kepada teknisi agar dapat melakukan instalasi barang baru yang lebih rapi dan baik.
2. CM Audio diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan (X_2) untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing (Y), seperti:
- a. Mengamati dan menerapkan standar pelayanan yang lebih tinggi seperti pada usaha lainnya yang menawarkan pelayanan.
 - b. Memberikan pelayanan dalam hal ini fasilitas dalam toko agar membuat konsumen lebih nyaman saat menunggu pengerjaan instalasi, seperti memberikan ruangan tunggu dengan pendingin ruangan dan sofa
 - c. CM Audio dapat meningkatkan pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen dengan memberikan pilihan pembayaran yang lebih banyak kepada konsumen dalam melakukan pembayaran
 - d. Memberikan layanan purna jual yang dapat diandalkan agar memberikan rasa nyaman dan *worry-free* pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansofino, Yolamalinda, Jolianis, & Arifilinfo, H. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Deepublish Publisher.
- Anugrah, K. (2020). *Akomodasi: Kualitas Pelayanan Jasa*. Ideas Publishing.
- Aprizal. (2018). *Orientasi pasar dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Penjualan Komputer)*. Celebes Media Perkasa.
- Badrianto, Y., Sitinjak, W., Sumarsih, & Budi, H. (2020). *MANAJEMEN STRATEGI (MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Chaerudin, A. (2019). *Manajemen Pendidikan dan Pelatihan SDM*. Jejak.
- Chaerudin, A., Hartaningtyas, I., & Alicia, V. (2020). *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi*. Jejak Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Deepublish Publisher.
- Frida, C. V. O. (2020). *Manajemen Strategi*. Garudhawaca.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Deepublish Publisher.
- Hariana, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 92. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.762>
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Hironymus, G. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS*. Penerbit Mitra Grup.
- Ihdina Gustina, & Dedy Lazuardy. (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>

- Ismainar, H. (2015). *Keselamatan Pasien Di Rumah Sakit*. Deepublish Publisher.
- Jaya, I. M. L. M. (2019). *Pengolahan data kesehatan dengan SPSS* (1st ed.). Thema Publishing.
- Juliana, Amelda Pramezwary, Triratnasari Tanzil, S., Angelina, V., & Wibowo Wahyuhadi Putro, W. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Mcdonald's Selama Covid-19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 275–288. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.191>
- Kholid Murtadlo, & Hanan. (2019). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, dan Supply Chain Management Terhadap Kinerja UKM dan Keunggulan Bersaing. *SKETSA BISNIS*, 5(1), 15–27. <https://doi.org/10.35891/jsb.v5i1.1592>
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya*. Kencana.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. UB Press.
- Marsam. (2020). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompetensi, dan Komitmen Terhadap Kinerja Pegawai pada Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Yapis Cabang Kabupaten Biak Numfor*. Qiara Media.
- Mutiawati, C., Suryani, F. M., & Anggraini, R. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Deepublish Publisher.
- Nurachman, M. H. (2021). Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 165–177. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6797>
- Prastowo, A. (2017). *Menyusun Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) Tematik Terpadu: Implementasi Kurikulum 2018 Untuk SD/MI*. Kencana.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Andi Offset.
- Rachmawati, R. (2020). *Kewirausahaan*. Deepublish Publisher.
- Rahayu, W. I., Trigunawan, A., & Andarsyah, R. (2020). *Regresi linier untuk prediksi jumlah penjualan terhadap jumlah permintaan*. Informatics Research Center.

- Rahmaniar, A., Syahirah, N., Kusumaningdiah, A., Tiara, A., & Abimayu, A. (2023). *Bunga Rampai Isu-isu Komunikasi Kontemporer 2023*. RPM Universitas Paramadina.
- Rinaldi, M., & Gustina, I. (2022). *Pengantar Statistik*. Larispa Indonesia.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- RY Noordina, N., & Rupilu, W. (2020). *Manajemen UMKM Bagi Wanita*. Pustaka Abadi.
- Samuthjinda, N., Pratoom, K., & Pataraarechachai, V. (2022). The Impact of Electronic Service Quality Management on Organization Success of Hotels Businesses in Bangkok. *Asian Administration and Management Review*, 5(1), 41–51.
- Saputra, N. (2020). *Supervisory Playbook: Panduan Praktis dalam Memimpin Tim Kerja bagi First-Timer Supervisor*. Insan Cendekia.
- Sinaga, I. B. R., & Haloho, E. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA CHAMPION CAFÉ MEDAN. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsuddin, N., Dewantara, R., Pramana, I. B. B. S. A., & Maryari, D. E. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sanabil.
- Thom, M. (2016). Crucial Skills for the Entrepreneurial Success of Fine Artists. *Artivate*, 5(1), 3–24. <https://doi.org/10.1353/artv.2016.0004>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2019). *Service, Quality and Satisfaction*. Andi Offset.
- Tsauri, S. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Stain Jember Press.

Lampiran 1 Kuesioner

**PENGARUH KETERAMPILAN SUMBER DAYA MANUSIA
DAN LAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
PADA CM AUDIO**

Responden yang terhormat,

Saya mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner penelitian ini. Informasi yang Anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin: ☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

Jumlah Pembelian: ☐ < Rp. 5.000.000

☐ Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000

☐ > Rp. 10.000.000

Sumber Informasi: ☐ Rekomendasi

☐ Penawaran CM Audio

☐ Pencarian Sendiri/Media Sosial

II. Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Berilah tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Anda. Keterangan mengenai skor penilaian adalah:

SS = Sangat Setuju = Skor 5

S = Setuju = Skor 4

RR = Ragu-Ragu = Skor 3

TS = Tidak Setuju = Skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju = Skor 1

Variabel X₁ (Keterampilan)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keterampilan teknis						
1	Saya melihat karyawan CM Audio memiliki keterampilan yang baik dalam melakukan pemasangan teknis.					
2	Saya merasa percaya dengan keterampilan karyawan CM Audio.					
Keterampilan hubungan manusiawi						
3	Saya melihat karyawan CM Audio dapat berkomunikasi secara baik.					
4	Saya merasa memiliki hubungan yang baik dengan CM Audio.					
Keterampilan konseptual						
5	Saya menilai karyawan CM Audio dapat memberikan gambaran yang baik mengenai kebutuhan saya.					
6	Saya menilai karyawan CM Audio memahami kebutuhan saya.					

Variabel X₂ (Layanan)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Reliabilitas						
1	Saya melihat CM Audio menyediakan produk sesuai kebutuhan dengan handal.					
2	Saya dimudahkan dengan kehandalan pelayanan CM Audio					
Responsivitas						
3	CM Audio sangat cepat tanggap dalam melayani saya.					

4	CM Audio selalu menanggapi setiap permintaan dan pertanyaan saya.					
Jaminan						
5	Jasa yang diberikan CM Audio dapat terjamin kualitasnya.					
6	Pelayanan yang diberikan oleh CM Audio adalah pelayanan yang terbaik.					
Empati						
7	CM Audio melayani konsumen dengan adil.					
8	CM Audio melayani konsumen dengan ramah dan hangat.					
Bukti Fisik						
9	CM Audio memiliki fasilitas yang dapat saya gunakan.					
10	Saya menilai bahwa fasilitas yang digunakan CM Audio memudahkan transaksi saya.					

Variabel Y (Keunggulan Bersaing)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Price						
1	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh CM Audio terjangkau.					
2	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh CM Audio sebanding dengan kualitas yang diberikan oleh CM Audio.					
Quality						
3	Saya melihat kualitas yang diberikan oleh CM Audio diatas rata-rata.					
4	Saya akan kembali menggunakan jasa dari CM Audio dikemudian hari.					
Differentiation						
5	Saya menganalisa hasil kerja CM Audio berbeda dengan hasil kerja ditempat lain yang unik.					
6	Saya melihat CM Audio memiliki teknik pemasangan dan perbaikan yang lebih unik jika dibandingkan dengan tempat lainnya.					

Lampiran 2 Tabuasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	4	5	5	29
2	5	5	5	4	5	5	29
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	4	5	5	27
8	5	4	4	5	5	4	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	3	4	4	23
11	4	4	4	3	3	4	22
12	4	3	4	3	3	4	21
13	5	5	3	5	5	5	28
14	3	2	5	2	3	3	18
15	4	1	2	3	3	3	16
16	5	5	1	4	5	5	25
17	4	4	5	3	5	4	25
18	4	3	4	3	3	4	21
19	4	3	3	4	3	4	21
20	4	3	3	4	3	3	20
21	5	5	3	5	5	5	28
22	5	5	5	5	5	5	30
23	3	3	5	3	3	3	20
24	4	1	3	4	5	4	21
25	5	4	1	3	3	5	21
26	4	3	4	4	3	3	21
27	3	3	3	5	4	4	22
28	5	5	3	5	5	5	28
29	5	1	5	4	5	5	25
30	4	1	1	5	5	5	21

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
2	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	47
4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	42
8	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
9	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	35
10	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	41
11	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	41
12	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	34
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
14	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	32
15	5	5	5	5	5	1	3	3	3	2	37
16	5	5	4	4	4	2	4	4	5	5	42
17	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	43
18	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	40
19	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	36
20	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	38
21	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
22	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	45
23	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
24	5	4	5	5	4	2	5	4	5	4	43
25	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	43
26	3	4	5	5	5	5	5	4	3	2	41
27	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	45
28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
29	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
30	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	4	5	3	5	27
2	5	5	4	5	3	5	27
3	5	5	5	4	3	5	27
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	5	5	4	4	27
8	5	4	4	4	4	5	26
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	5	5	5	4	27
12	4	4	4	3	4	4	23
13	5	5	5	5	5	5	30
14	3	3	3	3	2	3	17
15	3	3	3	2	3	4	18
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	4	4	4	4	4	25
18	3	4	4	3	4	4	22
19	4	4	4	3	3	4	22
20	3	3	3	3	4	4	20
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	5	5	4	5	5	28
23	4	3	3	3	4	3	20
24	4	5	5	4	5	5	28
25	5	3	4	5	4	4	25
26	4	4	4	3	3	3	21
27	5	5	5	4	5	5	29
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	4	5	4	28

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Keterampilan Sumber Daya Manusia (X₁)

		Correlations						Total
		X1_S1	X1_S2	X1_S3	X1_S4	X1_S5	X1_S6	
X1_S1	Pearson Correlation	1	.588**	.008	.558**	.630**	.771**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.001	.967	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S2	Pearson Correlation	.588**	1	.271	.405*	.412*	.541**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.001		.147	.027	.024	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S3	Pearson Correlation	.008	.271	1	-.024	.182	.000	.440*
	Sig. (2-tailed)	.967	.147		.900	.336	1.000	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S4	Pearson Correlation	.558**	.405*	-.024	1	.695**	.596**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.001	.027	.900		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S5	Pearson Correlation	.630**	.412*	.182	.695**	1	.762**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.336	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1_S6	Pearson Correlation	.771**	.541**	.000	.596**	.762**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	1.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.762**	.790**	.440*	.698**	.810**	.787**	1

Keterampilan Sumber Daya Manusia	Sig. (2- tailed) N	.000 30	.000 30	.015 30	.000 30	.000 30	.000 30	
--	--------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	--

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

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

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keterampilan Sumber Daya Manusia (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	7

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Correlations

		X2_ S1	X2_ S2	X2_ S3	X2_ S4	X2_ S5	X2_ S6	X2_ S7	X2_ S8	X2_ S9	X2_S 10	Tot al
X2_S1	Pearson Correlati on	1	.595* *	.410*	.274	.247	.078	.424*	.325	.441*	.143	.592 **
	Sig. (2- tailed)		.001	.024	.144	.187	.684	.020	.079	.015	.452	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S2	Pearson Correlati on	.595* *	1	.443*	.504* *	.456*	.061	.364*	.479* *	.316	.046	.612 **
	Sig. (2- tailed)	.001		.014	.005	.011	.748	.048	.007	.089	.808	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S3	Pearson Correlati on	.410*	.443*	1	.494* *	.575* *	.283	.492* *	.378*	.336	-.029	.633 **
	Sig. (2- tailed)	.024	.014		.006	.001	.130	.006	.040	.069	.878	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S4	Pearson Correlati on	.274	.504* *	.494* *	1	.485* *	.215	.464* *	.127	.285	.039	.552 **
	Sig. (2- tailed)	.144	.005	.006		.007	.254	.010	.502	.127	.836	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S5	Pearson Correlati on	.247	.456* *	.575* *	.485* *	1	.159	.591* *	.553* *	.354	.027	.638 **
	Sig. (2- tailed)	.187	.011	.001	.007		.401	.001	.002	.055	.888	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S6	Pearson Correlati on	.078	.061	.283	.215	.159	1	.296	.279	.257	.124	.497 **
	Sig. (2- tailed)	.684	.748	.130	.254	.401		.112	.136	.170	.514	.005

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S7	Pearson Correlation	.424*	.364*	.492*	.464*	.591*	.296	1	.518*	.455*	.164	.729**
	Sig. (2-tailed)	.020	.048	.006	.010	.001	.112		.003	.012	.386	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S8	Pearson Correlation	.325	.479*	.378*	.127	.553*	.279	.518*	1	.677*	.317	.752**
	Sig. (2-tailed)	.079	.007	.040	.502	.002	.136	.003		.000	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S9	Pearson Correlation	.441*	.316	.336	.285	.354	.257	.455*	.677*	1	.613**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.015	.089	.069	.127	.055	.170	.012	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2_S10	Pearson Correlation	.143	.046	-.029	.039	.027	.124	.164	.317	.613*	1	.479**
	Sig. (2-tailed)	.452	.808	.878	.836	.888	.514	.386	.088	.000		.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.592*	.612*	.633*	.552*	.638*	.497*	.729*	.752*	.795*	.479**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002	.000	.005	.000	.000	.000	.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 6 Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.750	11

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

		Correlations						Keunggulan Bersaing
		Y_S1	Y_S2	Y_S3	Y_S4	Y_S5	Y_S6	
Y_S1	Pearson Correlation	1	.660**	.636**	.762**	.436*	.649**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.016	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y_S2	Pearson Correlation	.660**	1	.876**	.678**	.524**	.775**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y_S3	Pearson Correlation	.636**	.876**	1	.722**	.723**	.683**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y_S4	Pearson Correlation	.762**	.678**	.722**	1	.541**	.648**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y_S5	Pearson Correlation	.436*	.524**	.723**	.541**	1	.526**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.016	.003	.000	.002		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y_S6	Pearson Correlation	.649**	.775**	.683**	.648**	.526**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.814**	.883**	.916**	.867**	.752**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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 Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.806	7

Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden Keterampilan SDM (X₁)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	4	5	5	29
2	5	5	5	3	5	4	27
3	4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	4	4	3	5	26
5	4	4	5	3	5	4	25
6	4	3	4	3	3	4	21
7	4	3	3	4	3	4	21
8	4	3	3	4	3	3	20
9	5	5	3	5	5	5	28
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	3	5	3	3	3	20
12	4	1	3	4	5	4	21
13	5	4	1	3	3	5	21
14	4	3	4	4	3	3	21
15	3	3	3	5	4	4	22
16	5	5	3	5	5	5	28
17	5	5	5	5	3	5	28
18	3	2	5	5	2	4	21
19	2	2	2	5	4	3	18
20	5	5	2	5	5	4	26
21	5	5	5	3	2	5	25
22	5	1	5	2	2	4	19
23	2	2	1	3	4	2	14
24	4	1	2	5	4	5	21
25	5	4	1	4	5	4	23
26	5	5	4	4	3	5	26
27	5	4	5	2	3	4	23
28	3	3	4	4	3	3	20
29	5	5	3	2	2	5	22
30	5	5	5	4	5	5	29
31	5	5	5	4	5	5	29
32	5	5	5	4	5	5	29
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	4	5	4	5	5	27
38	5	4	4	5	5	4	27
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	3	4	4	23
41	4	4	4	3	3	4	22
42	4	3	4	3	3	4	21
43	5	5	3	5	5	5	28
44	3	2	5	2	3	3	18
45	4	1	2	3	3	3	16
46	5	5	1	4	5	5	25
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	5	5	5	5	28
49	5	5	4	5	4	5	28
50	5	1	5	4	5	5	25

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
51	4	1	1	5	5	5	21
52	5	2	1	5	5	4	22
53	5	5	2	4	4	5	25
54	5	5	5	5	5	4	29
55	4	5	5	4	4	5	27
56	4	5	5	5	4	4	27
57	4	5	5	5	4	4	27
58	4	2	5	5	5	4	25
59	3	3	2	3	5	1	17
60	4	3	3	5	5	5	25
61	4	4	3	5	5	5	26
62	4	3	4	5	4	3	23
63	5	3	3	5	4	5	25
64	4	2	3	5	5	4	23
65	5	4	2	5	4	5	25
66	4	3	4	5	5	3	24
67	4	2	3	4	5	3	21
68	4	5	2	4	4	4	23
69	4	1	5	3	3	4	20
70	3	2	1	4	5	4	19
71	5	4	2	4	4	5	24
72	3	3	4	4	4	3	21
73	4	1	3	5	5	5	23
74	3	2	1	3	4	5	18
75	5	4	2	5	4	4	24
76	4	3	4	5	5	1	22
77	3	2	3	4	4	4	20
78	3	2	2	5	4	3	19
79	3	2	2	4	3	4	18
80	3	3	2	5	5	4	22
81	3	2	3	5	5	3	21
82	4	3	2	5	5	3	22
83	3	4	3	4	3	4	21
84	3	4	4	4	3	4	22
85	5	3	4	4	5	5	26
86	4	5	3	4	4	3	23
87	4	4	5	5	5	5	28
88	3	3	4	4	4	3	21
89	5	5	3	4	5	4	26
90	4	5	5	5	4	5	28
91	4	4	5	4	4	4	25
92	3	5	4	5	5	5	27
93	4	2	5	5	4	5	25
94	5	1	2	5	5	4	22
95	4	3	1	4	4	4	20
96	5	5	3	5	5	5	28
97	4	5	5	5	3	4	26
98	5	4	5	5	4	5	28

Lampiran 10 Tabulasi Kuesioner Responden Kualitas Pelayanan (X₂)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	45
2	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	46
3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	1	43
5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	43
6	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	40
7	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	36
8	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	38
9	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
10	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	45
11	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
12	5	4	5	5	4	2	5	4	5	4	43
13	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	43
14	3	4	5	5	5	5	5	4	3	2	41
15	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	45
16	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
17	1	3	3	5	3	3	5	5	3	5	36
18	4	3	5	5	5	2	4	5	2	4	39
19	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	46
20	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	46
21	2	3	2	4	5	4	3	3	2	2	30
22	5	5	5	5	5	3	5	2	2	2	39
23	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	44
24	5	5	4	4	5	2	5	5	4	4	43
25	5	5	4	2	5	2	5	4	5	4	41
26	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	45
27	4	5	3	5	5	5	5	2	3	3	40
28	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	31
29	5	2	5	4	5	5	5	2	2	1	36
30	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	46
31	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
32	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
33	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	47
34	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	42
38	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
39	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	35
40	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	41
41	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	41
42	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	34
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
44	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	32
45	5	5	5	5	5	1	3	3	3	2	37
46	5	5	4	4	4	2	4	4	5	5	42
47	4	4	5	4	5	1	5	5	5	4	42
48	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
49	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
50	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
51	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
52	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	44
53	5	5	4	4	5	1	4	4	4	5	41
54	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
55	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	41
56	5	4	4	4	5	1	5	5	4	5	42
57	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	45
58	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	46
59	5	3	2	3	2	5	3	3	5	3	34
60	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	46
61	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	45
62	5	5	5	5	3	5	3	5	4	4	44
63	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
64	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	44
65	4	4	5	5	5	1	5	5	4	4	42
66	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5	43
67	5	4	4	5	3	5	3	4	5	5	43
68	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46
69	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	42
70	5	3	2	4	3	3	2	4	5	4	35
71	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44
72	4	3	3	3	3	3	5	4	4	4	36
73	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	45
74	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	39
75	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	44
76	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	40
77	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	40
78	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3	37
79	5	3	3	2	3	4	3	4	3	2	32
80	5	2	3	3	3	1	3	5	5	5	35
81	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	43
82	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
83	5	4	4	3	5	4	5	4	3	4	41
84	5	4	4	3	5	5	5	4	3	4	42
85	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	41
86	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	44
87	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
88	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	43
89	5	4	5	5	5	2	4	4	5	5	44
90	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
91	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	46
94	4	5	5	5	4	1	5	5	5	4	43
95	4	3	5	3	5	5	4	4	4	5	42
96	5	5	5	4	4	1	5	5	5	4	43
97	4	4	4	4	5	5	3	5	3	4	41
98	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48

Lampiran 11 Tabulasi Kuesioner Responden Keunggulan Bersaing (Y)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	3	5	5	28
2	4	4	4	2	5	5	24
3	5	5	5	5	4	4	28
4	5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	4	4	4	4	25
6	3	4	4	3	4	4	22
7	4	4	4	3	3	4	22
8	3	3	3	3	4	4	20
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	5	5	4	5	5	28
11	4	3	3	3	4	3	20
12	4	5	5	4	5	5	28
13	5	3	4	5	4	4	25
14	4	4	4	3	3	3	21
15	5	5	5	4	5	5	29
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	3	4	3	22
18	3	3	3	3	2	2	16
19	5	4	4	5	5	5	28
20	5	5	5	4	3	5	27
21	4	4	3	3	4	5	23
22	3	2	3	2	2	2	14
23	4	4	4	3	4	4	23
24	5	5	5	5	4	4	28
25	4	4	5	5	5	5	28
26	5	5	3	3	4	5	25
27	4	4	5	5	4	5	27
28	4	3	3	3	3	3	19
29	4	5	5	4	5	5	28
30	5	5	4	5	3	5	27
31	5	5	4	5	3	5	27
32	5	5	4	5	3	5	27
33	5	5	5	4	3	5	27
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	5	5	5	4	4	27
38	5	4	4	4	4	5	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	5	5	5	4	27
42	4	4	4	3	4	4	23
43	5	5	5	5	5	5	30
44	3	3	3	3	2	3	17
45	3	3	3	2	3	4	18
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	4	4	28
49	5	5	5	5	5	5	30
50	5	5	5	5	5	5	30

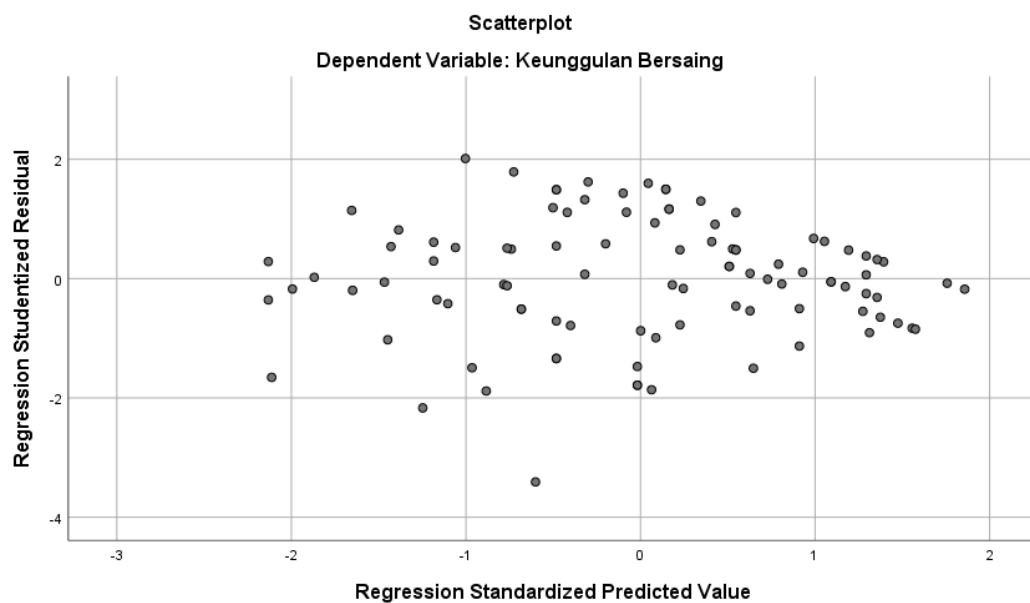
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
51	5	5	5	4	5	4	28
52	3	4	5	4	5	5	26
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	4	5	4	4	5	27
55	5	5	5	5	4	4	28
56	5	4	5	5	4	4	27
57	5	4	5	5	4	4	27
58	5	4	4	4	4	4	25
59	2	1	3	1	3	3	13
60	5	5	5	5	4	4	28
61	5	5	5	4	4	4	27
62	3	3	3	3	3	4	19
63	5	5	5	5	5	5	30
64	3	4	2	2	4	4	19
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	3	3	2	3	4	19
67	3	3	3	4	4	4	21
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	5	3	4	4	24
70	3	4	3	3	3	3	19
71	5	5	4	5	5	5	29
72	5	3	4	3	5	3	23
73	5	5	5	4	5	4	28
74	4	5	4	3	3	3	22
75	5	4	5	5	5	5	29
76	2	1	1	1	3	4	12
77	3	4	1	2	4	3	17
78	3	3	3	2	3	3	17
79	3	4	4	2	3	3	19
80	4	4	3	2	4	3	20
81	4	3	3	2	4	3	19
82	4	3	4	3	4	4	22
83	4	4	3	3	4	3	21
84	4	4	3	3	4	3	21
85	3	5	5	5	4	5	27
86	3	3	3	3	4	4	20
87	5	5	4	5	5	4	28
88	3	3	4	4	2	3	19
89	5	4	5	5	4	5	28
90	5	5	5	5	4	4	28
91	4	4	4	3	3	4	22
92	4	5	5	4	5	3	26
93	5	5	5	5	4	4	28
94	5	4	5	5	5	5	29
95	4	4	3	4	3	4	22
96	5	5	4	4	5	5	28
97	4	4	3	4	4	4	23
98	5	5	5	5	4	5	29

Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas

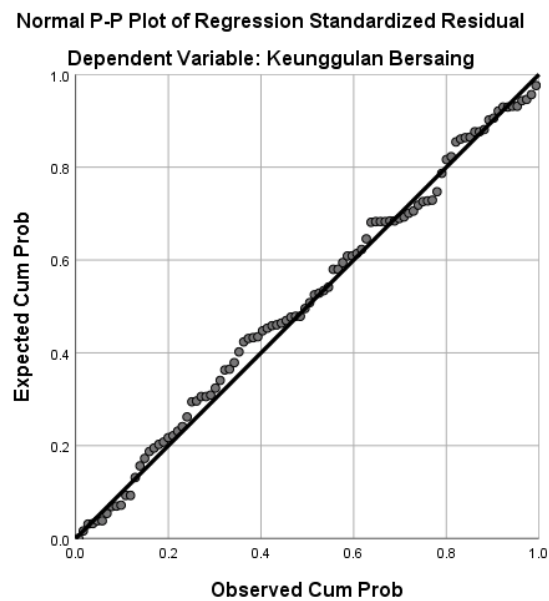
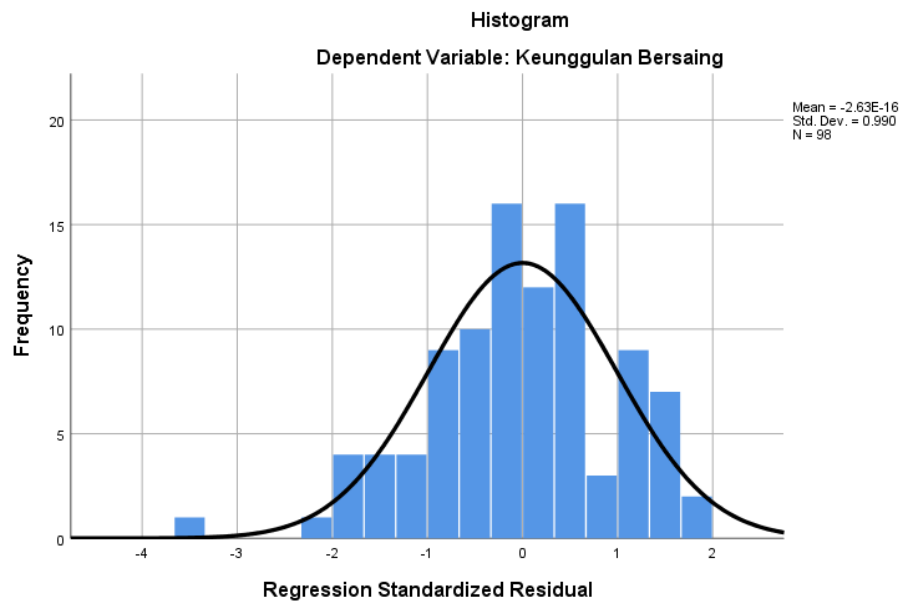
Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.123	3.141		-.676	.501		
	Kualitas Pelayanan	.313	.090	.314	3.465	.001	.652	1.535
	Keterampilan Sumber Daya Manusia	.567	.110	.467	5.141	.000	.652	1.535

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.18374872
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.044
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.123	3.141		-.676	.501		
	Kualitas Pelayanan	.313	.090	.314	3.465	.001	.652	1.535
	Keterampilan Sumber Daya Manusia	.567	.110	.467	5.141	.000	.652	1.535

- a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 16 Hasil Uji Signifikansi Parsial

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-2.123	3.141		-.676	.501	
	Kualitas Pelayanan	.313	.090	.314	3.465	.001	.652 1.535
	Keterampilan Sumber Daya Manusia	.567	.110	.467	5.141	.000	.652 1.535

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 17 Hasil Uji Signifikansi Simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
1	Regression	944.385	2	472.193	45.624 .000 ^b
	Residual	983.217	95	10.350	
	Total	1927.602	97		

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keterampilan Sumber Daya Manusia

Lampiran 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.490	.479	3.217

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keterampilan Sumber Daya Manusia

Lampiran 19 Hasil Uji Linearitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keterampilan Sumber Daya Manusia		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Kualitas Pelayanan		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.123	3.141		-.676	.501		
	Kualitas Pelayanan	.313	.090	.314	3.465	.001	.652	1.535
	Keterampilan Sumber Daya Manusia	.567	.110	.467	5.141	.000	.652	1.535

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Correlations

		Keterampilan Sumber Daya Manusia	Kualitas Pelayanan	Keunggulan Bersaing
Keterampilan Sumber Daya Manusia	Pearson Correlation	1	.590**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	98	98	98
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.590**	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	98	98	98
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.652**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	98	98	98

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

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 E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 12 Desember 2023

Nomor: 1028/R/STIE-EP/XII/2023
Lamp. : ----
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan CM Audio
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

Nama	: Charistian Valentiano Tan
NIM	: 201010199
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Marketplace, Keterampilan Sumber Daya Manusia Dan Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cm Audio

Untuk mengadakan peninjauan ke CM Audio 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

CM AUDIO

Jln. Brigjend Zein Hamid No. 4a, Medan – Indonesia 20145

Telp. 081370107724

Dengan hormat,

Menanggapi permohonan izin dari mahasiswa STIE Eka Prasetya sebagai Izin Observasi untuk Tugas Akhir Sarjana, dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chandra Lawtama

Jabatan : Owner

Menyatakan bahwa tidak keberatan dan memberikan izin melakukan observasi serta pengumpulan data pada CM Audio berkaitan dengan penulisan tugas akhir kepada :

Nama : Charistian Valentiano Tan

NIM : 201010199

Prodi : Manajemen

Berikut juga merupakan data konsume yang dapat saya berikan agar dapat digunakan dalam pembuatan buku skripsi :

Tahun	Penjualan
2019	4.911
2020	4.882
2021	4.792
2022	4.726
2023	4.619

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan semestinya.

Medan, 22 Desember 2023



Chandra Lawtama

Owner

Lampiran 22 Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro



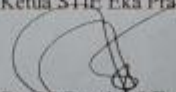
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA**

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : CHARISTIAN VALENTIANO TAXI
NIM : 201010109
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
	24 / 1 / 2024	DELONG GUNAWAN JUDUL PROPOSAL: PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KUKU	201010109	
	24 / 1 / 2024	BILLY JUDUL PROPOSAL: PENGARUH DIGITAL MARKETING & VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELIAN DI PT MULTIPUS MEDILAB	201010036	
	24 / 1 / 2024	CHENI DEVAHINGIS JUDUL PROPOSAL: PENGARUH PRODUCT ATTRIBUTE DAN PENGARUH RELASIONAL TERHADAP KEDUKUNAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CU POLYKINYL ARIAN CENBERANG	201010155	
	31 / 1 / 2024	TEREK BOZALI JUDUL PROPOSAL: PENGARUH BRAND IMAGE, PERILAKU PERSEPSI DAN DUKUNGAN TEKNOLOGI TERHADAP KEBERHASILAN BELANJIAN MELAKUKAN PEMBELIAN PRODUK KANOPO DEET	201010215	
	31 / 1 / 24	MUKI HASAN JUDUL PROPOSAL: PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA CU SINAR UNIVERSAL CANTILANG	201010160	
	31 / 1 / 24	CAROLINE JUDUL PROPOSAL: PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP KUALITAS NASABAH DI PT BANK MANAPADA INTL	201010219	
	31 / 1 / 24	GREZEDA ALTHEAS JUDUL PROPOSAL: PENGARUH EFISIENSI DIRI & KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KEBERHASILAN WIRASWASTA PADA UKM KULNER DI ASIA NECA NAS	201010187	
	31 / 1 / 24	CINDY ANGELINA JUDUL PROPOSAL: PENGARUH HOBBI USAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING TOKO MUKAWA SAMBAS	201010084	

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 Bim

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 1	
	Nama Mahasiswa : CHARITIANA VALENTIANO TANI		
	NIM : 201010100		Kelas : KWH A
	Konsentrasi : Pemasaran, Kewirausahaan (coret yang tidak sesuai)		
	HP/WA : 081534188055		Email: christianvalentiano25@gmail.com
	Alamat Tinggal: Dusun 4 Jl. Impres, Tandam Hulu, Hamparan Perak, Deli Serdang		
Nama Dosen Pembimbing 1: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.		Nama Dosen Pembimbing 2: Dedy Lazuardi, S.E., M.M.	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	1 / 9 / 23	Konsultasi Judul	
2	25 / 9 / 23	Review Judul	
3	20 / 11 / 23	Revisi Bab 1, lanjut bab 2 & 3	
4	28 / 12 / 23	Revisi Bab 2 dan 3	
5	1 / 1 / 24	Melengkapi abstrak, daftar pustaka, over, abstrak	
6	26 / 1 / 24	Review ulang, Revisi abstrak, ganti judul, dan penulisan	
7	29 / 1 / 24	Ganti judul, ganti questioner.	
8	30 / 1 / 24	Acc Sempurna	
9	10 / 3 / 24	Bimbingan Bab 4	
10	01 / 4 / 24	Bimbingan Bab 4 & 5	
11	22 / 4 / 24	Revisi Bab 4 & 5, Tabel salah	
12	25 / 4 / 24	Pengambilan koefisien korelasi	
13	04 / 5 / 24	Revisi bab 4 & 5	
14	10 / 5 / 24	acc sidang	
15			
16			
17			
REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	27 Feb 24	Acc Revisi Sempurna	
2			
3			
4			
Diketahui oleh, Wakil Ketua 1 Bidang Akademik Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.			

bingan



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : CHARUSTIAN VALENTIANO TAN

NIM : 201010109

Kelas : KWH A

Konsentrasi : Pemasaran, Kewirausahaan (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0853408855

Email: Charustianvalentiano25@gmail.com

Alamat Tinggal: Dusun II JL. Kipres, Tondok Hulu

Nama Dosen Pembimbing 1:

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dedy Latuwardi, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	6/1/24	Penambahan tabel, teori bab 2	
2	8/1/24	Revisi Penulisan tabel dan bab 1	
3	12/1/24	Revisi bab 2, penambahan keanekaragaman	
4	20/1/24	Revisi bab 1, penambahan tabel keanekaragaman	
5	22/1/24	ACC Sempurna	
6	26/2/24	Bimbingan Pembagian Kustomer	
7	10/3/24	Bimbingan Bab 4	
8	21/3/24	Revisi Bab 4, tabel	
9	25/3/24	Penambahan teori, Dajudikan pengarsipan	
10	2/4/24	Revisi bab 5	
11	15/4/24	Revisi Penulisan	
12	24/4/24	Revisi Implikasi manajerial	
13	8/5/24	ACC Sidang	
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG

No	Tanggal	Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
1	20/3/2024	ACC Revisi Sempurna	
2	26/2/2024	Revisi tabel bab 1, 3 dan Sempurna	
3	29/5/2024	ACC Sidang Naga Hija	
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Elyany Sinaga, S.T., M.M.

Lampiran 24 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Charistian Valentiano Tan
Tempat / Tanggal Lahir : Tandam Hulu, 25 Februari 2003
Jenis Kelamin : Pria
Alamat : Dusun IV Jl. Inpress, Tandam Hulu II
Alamat Email : christianvalentiano25@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 081534188055

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 SD Methodist Binjai
2. 2014 – 2017 SMP Methodist Binjai
3. 2017 – 2020 SMA Methodist Binjai
4. 2020 – Sekarang (STIE Eka Prasetya)

RIWAYAT PEKERJAAN

1. 2019 : Retail orang tua
2. 2020 – Sekarang : Wirausaha

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : Alm. Susanto
Pekerjaan : -
Handphone (HP) : -
Alamat : -
Nama Ibu : Aheng Alias Dewi
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 085359722699
Alamat : Dusun IV Jl. Inpres, Tanda Hulu II

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

Medan, 14 Agustus 2024
Penulis,



Charistian Valentiano Tan
201010199

