

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN DIFERENSIASI
LAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
PADA LONTONG MALAM BANG MAJID**

SKRIPSI

OLEH:

**RIMMA HOTMAULI SIMAMORA
188320019**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/7/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)25/7/22

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN DIFERENSIASI
LAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
PADA LONTONG MALAM BANG MAJID**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH:

**RIMMA HOTMAULI SIMAMORA
188320019**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/7/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)25/7/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk dan Diferensiasi
Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada
Lontong Malam Bang Majid
Nama : **RIMMA HOTMAULI SIMAMORA**
NPM : 18.832.0019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



(Wan Rizca Amelia, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Hafid, BSA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan



(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 16 Juni 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 Juni 2022



RIMMA HOTMAULI SIMAMORA
NPM : 188320019

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIMMA HOTMAULI SIMAMORA
NPM : 188320019
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lontong Malam Bang Majid**. Dengan Hak Bebas Royalti format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 16 Juni 2022



RIMMA HOTMAULI SIMAMORA

Npm: 188320019

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Sigotom Parraturan, Kecamatan Pangaribuan, Kabupaten Tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 22 Agustus 2000 oleh Ibu Mariasi Sitompul. Peneliti merupakan anak ke-empat dari empat bersaudara.

Tahun 2018 peneliti lulus dari SMK Negeri 1 Siatasbarita dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan mempunyai pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing di Lontong Malam Bang Majid. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Lontong Malam Bang Majid. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 94 responden, dengan menggunakan *accidental sampling* sebagai teknik pengambilannya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis model statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan software SPSS 25.00 (Statistic Product and Services Solution) for windows. Data penelitian bersumber dari data primer dan proses pengumpulan data dan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen yaitu Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan terhadap variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing. Variabel Diferensiasi Produk diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,280 > 1,986$) dengan tingkat signifikansi $0,025 < 0,05$ dan untuk variabel Diferensiasi Layanan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,504 > 1,986$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lontong Malam Bang Majid. Dan uji F diperoleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($64,994 > 2,36$), dengan hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Diferensiasi Produk (X_1) dan variabel Diferensiasi Layanan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

Kata kunci: **Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan, dan Keunggulan Bersaing**

ABSTRACT

This study aims to determine whether product differentiation and service differentiation have an influence on competitive advantage at Lontong Malam Bang Majid. The population used in this study were all Lontong Malam Bang Majid customers. This study used a sample of 94 respondents, using accidental sampling as a sampling technique. Hypothesis testing in this study uses statistical model analysis consisting of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, F test, t test, and coefficient of determination (R²) using SPSS 25.00 software (Statistical Product and Services Solution). for windows. Research data sourced from primary data and the process of collecting data and using a questionnaire. The results showed that there was a relationship between the independent variable, namely Product Differentiation and Service Differentiation, on the dependent variable, namely Competitive Advantage. For the Product Differentiation variable, the t value obtained is $t_{count} > t_{table}$ ($2.280 > 1.986$) with a significance level of $0.025 < 0,05$ and for the Service Differentiation variable the t value is obtained $t_{count} > t_{table}$ ($9.504 > 1.986$) with a significance level of $0.000 < 0.05$ so that it can be concluded Product Differentiation and Service Differentiation have a significant positive effect on Competitive Advantage at Bang Majid's Lontong Malam. And the F test obtained the value of $f_{count} > f_{table}$ ($64,994 > 2.36$), with the hypothesis accepted so that it can be concluded that the Product Differentiation variable (X1) and Service Differentiation variable (X2) simultaneously affect Competitive Advantage (Y).

Keywords: *Product Differentiation, Service Differentiation and Competitive Advantage*

KATA PENGANTAR

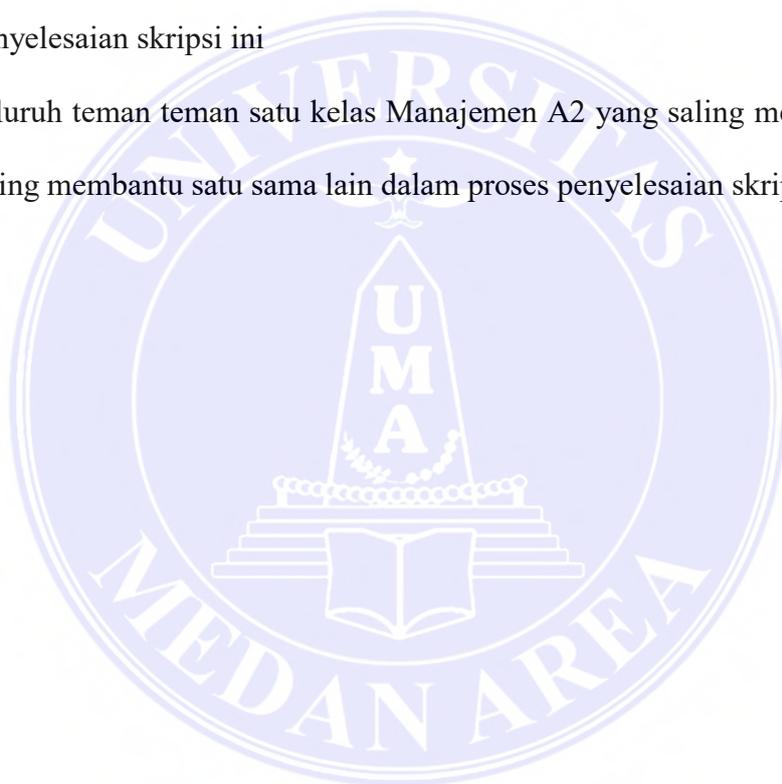
Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan penyertaan-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir “SKRIPSI” dengan judul “PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN DIFERENSIASI LAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA LONTONG MALAM BANG MAJID” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Digital Marketing Universitas Medan Area.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua peneliti yaitu bapak Parlindungan Simamora dan ibu Mariasi Sitompul, serta saudara peneliti Paris Simamora, Nursanti Simamora dan Tunggul Simamora yang selalu senantiasa memberikan doa, kepercayaan dan dukungan kepada peneliti, selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dadan Ramadan, M.Eng M.sc selaku rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Sari Nuzulinna Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Wan Rizca Amelia S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan juga selaku dosen pembimbing saya yang sangat membantu dan membimbing kepada penulis dengan baik, sabar dan penuh tanggung jawab.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Ibu Rana Fathinah, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Ibu Nindya Yunita S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
8. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, S.E, M.Sc selaku Sekretaris Program Studi Manajemen.
9. Ibu Hesti Sabrina, S.E, M.Si selaku dosen penguji saya yang telah memberi masukan masukan dalam penyelesaian revisi skripsi penulis.
10. Bapak Haryaji Catur Putera Hasman, S.E, M.Si selaku dosen sekretaris pembimbing saya yang telah membantu memberikan bimbingan kepada penulis.
11. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah memberikan penulis Ilmu Pengetahuan.
12. Seluruh Pegawai Universitas Medan Area yang telah mempermudah dalam melakukan pengurusan administrasi Universitas Medan Area.

13. Sahabat sahabat tercinta saya Wendika Sutrisno Siahaan, Suyanti Juliana Simanjuntak, David Rony Simatupang, Doni Tua Tambunan, Karmila Siburian, Agnessyah Kardina Simamora, Winda Elsina Munthe, Mega Jawak, Mora Eksabatana Silalahi, Arianto Lumbantoruan, Muammar, Leston Lumbantobing, Bakti Siregar, Kelvin Simbolon, Baginda Frans Jogi Nasution, Ruth Elfrida Girsang, Ismayanti Telaumbanua, Mulyani Sitepu yang berperan penting dalam membantu dan menyemangati dalam penyelesaian skripsi ini
14. Seluruh teman teman satu kelas Manajemen A2 yang saling menguatkan dan saling membantu satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi ini.



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Manajemen	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Teori Keunggulan Bersaing.....	12
2.1.4 Indikator Keunggulan Bersaing.....	13
2.1.5 Diferensiasi Produk	14
2.1.6 Indikator Diferensiasi Produk.....	16
2.1.7 Diferensiasi Layanan	16
2.1.8 Indikator Diferensiasi Layanan.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
2.4. Hipotesis	23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1 Tempat Penelitian	25
3.2.2 Waktu Penelitian.....	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel	26
3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.5. Sumber Data	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data	29
3.7. Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.7.4 Uji Hipotesis.....	34

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Lontong Malam Bang Majid.....	36
4.1.2 Visi dan Misi Lontong Malam Bang Majid.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi Lontong Malam Bang Majid	38
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.3 Penyajian Data Variabel	39
4.3.1 Penyajian Data X1	39
4.3.2 Penyajian Data X2	41
4.3.3 Penyajian Data Y	43
4.4 Teknik Analisis Data	44
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
4.4.2 Uji Statistik	46
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.4 Uji Hipotesis	51
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.5 Pembahasan	54
4.5.1 Pengaruh Variabel X1 Terhadap Variabel Y	54
4.5.2 Pengaruh Variabel X2 Terhadap Variabel Y	55
4.5.3 Pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 Terhadap Variabel Y.....	56
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pendapatan Perbulan	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Jenis Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Jumlah Populasi	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional	28
Tabel 3.4 Bobot Nilai Angket.....	30
Tabel 4.1 Penentuan Sampel Menurut Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Penentuan Sampel Menurut Usia	38
Tabel 4.3 Penentuan Sampel Menurut Penghasilan / Bulan	39
Tabel 4.4 Penyajian Data Variabel X1	39
Tabel 4.5 Penyajian Data Variabel X2.....	41
Tabel 4.6 Penyajian Data Variabel Y.....	43
Tabel 4.7 Uji Validitas	45
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9 Uji Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.11 Uji Parsial.....	52
Tabel 4.12 Uji Simultan	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	48
Gambar 4.3 Grafik Normality Probability Plot.....	49
Gambar 4.4 Uji Scatter Plot	51



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	61
Lampiran 2 Data Penelitian.....	64
Lampiran 3 Output Hasil Uji Statistika.....	72
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	79
Lampiran 5 Surat Balasan Izin Penelitian.....	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi khususnya pada kategori Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah sekarang ini sudah berkembang sangat pesat. Semua negara harus memiliki keunggulan kompetitif sebagai syarat mutlak. Hal ini dapat dilihat dari semakin tajamnya persaingan dunia bisnis yang mengharuskan perusahaan mampu menghadapi persaingan yang ada, dengan mempertahankan dan meningkatkan usahanya ditengah persaingan yang semakin ketat. UMKM (Usaha Kecil, Mikro dan Menengah) adalah suatu bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga maupun badan usaha ukuran kecil. Menurut Badan pusat statistik (2013), usaha kecil adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Beberapa tahun terakhir ini persaingan UMKM semakin sengit, hal itu di sebabkan oleh adanya tantangan dan hambatan yang datang dari kompetitor.

Menurut Hajar dan Sukaatmadja (2016), keunggulan bersaing merupakan strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Menurut Shinta (2012), keunggulan bersaing dapat di katakan sebagai sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dengan kompetitor kompetitor yang ada dan memberikan posisi yang bagus dan unik di pasar sehingga lebih unggul dari para pesaingnya. Salah satu faktor yang memiliki peran cukup penting dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan penggunaan teknologi informasi. Diferensiasi juga merupakan salah satu strategi perusahaan dalam

mengembangkan keunggulan bersaing. Tujuan utama dari diferensiasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga diferensiasi produk tersebut dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan.

Menurut Sudaryono dan Saefullah (2018), diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi lebih bagus dan lebih menarik. Diferensiasi produk bisa dikatakan sebagai proses membedakan suatu produk untuk membuatnya lebih bagus dan menarik dibandingkan dengan produk kompetitor. Hal tersebut dilakukan agar strategi pemasaran suatu produk dapat berjalan dengan lancar. Dengan adanya diferensiasi produk tersebut, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk itu karena barang yang dihasilkan oleh perusahaan dianggap berbeda, terdapat banyak pilihan baik itu dari segi rasa, kemasan bahkan daftar menu yang ada, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang telah melakukan diferensiasi produk. Selain diferensiasi produk, diferensiasi layanan juga sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Menurut Parasuraman dan Berry (2012), selain mendiferensiasikan produk, perusahaan juga dapat mendiferensiasikan pelayanan, karena apabila produk fisiknya sulit untuk di deferensiasikan maka kunci sukses lainnya terletak pada peningkatan kualitas pelayanan sebuah perusahaan. Ada beberapa diferensiasi layanan yang dapat diciptakan oleh perusahaan menurut Philip Kotler dan Keller (2012), yaitu kemudahan dalam memesan produk, kecepatan pengiriman produk, keramahan pegawai, kenyamanan dan kebersihan lingkungan serta pemberian fasilitas penunjang seperti wifi.

Salah satu jenis usaha UMKM adalah usaha kuliner. Menurut *Brainly*, kuliner itu adalah olahan dari lauk pauk, pangan, serta minuman, bisa di katakan kuliner itu adalah karena sesuatu yang berhubungan dengan masak-masakan. Usaha kuliner merupakan suatu usaha yang paling banyak di gandrungi oleh orang orang bahkan kalangan anak muda sekalipun. Alasan bisnis kuliner sangat banyak diminati oleh banyak orang adalah karena modal yang tidak terlalu besar. Bisnis ini dapat dikatakan cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang tidak terlepas dari yang namanya makan, dimana makanan adalah salah satu kebutuhan manusia yang tidak terlepas. Usaha kuliner adalah usaha yang tidak pernah kehabisan ide untuk menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Usaha kuliner juga usaha yang termasuk mudah untuk dilakukan oleh sebagian orang yang memiliki modal kecil. Salah satu contohnya adalah usaha kuliner Lontong Malam Bang Majid.

Lontong adalah salah satu makanan khas indonesia yang berkembang di masyarakat jawa, dimana lontong ini terbuat dari beras yang telah di cuci bersih lalu dibungkus dengan daun pisang kemudian dikukus diatas air mendidih sampai beras tadi lembek. Biasanya penyajian lontong ini di barengi dengan kuah lontong yang dibuat dari santan kelapa dan juga di barengi dengan sayur sayuran. Salah satu kuliner lontong di Medan adalah Lontong Malam Bang Majid. Lontong Malam Bang Majid merupakan kuliner lontong yang cukup ramai di kunjungi masyarakat, selain rasanya yang sangat enak, warung Lontong Malam Bang Majid ini juga menyediakan beberapa varian lontong, yang pertama adalah lontong sayur. Lontong sayur ini disajikan dengan wortel yang diiris dengan tipis, sayur buncis, labu siam besar, tahu goreng, tempe goreng, santan kelapa, dan kuah

lontong sayur Bang Majid ini merupakan kuah lontong khas Sibolga dimana santan pada kuah lontong ini sangat kental. Lontong sayur ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan lontong pesaing, dimana lontong sayur ini dilengkapi dengan potongan daging ayam dan juga udang, sehingga lontong sayur ini memiliki daya tarik tersendiri terhadap konsumen. Varian lontong yang ke-dua adalah lontong balap, dimana lontong balap ini disajikan dengan taoge, tempe goreng, tahu goreng, daun bawang, dan selanjutnya di tabur dengan bawang goreng. Yang berbeda dengan lontong balap ini adalah kuahnya tidak menggunakan santan, namun menggunakan kecap manis. Dan varian lontong yang ke-tiga adalah lontong mie, dimana lontong mie ini di sajikan dengan touge, daun bawang, seledri, tahu goreng, tempe goreng, dan mie hun, sedangkan kuah lontong mie ini dicampur dengan kuah pecal yang dapat menghasilkan rasa unik pada lontong mie ini.

Selain beberapa varian lontong, Lontong Malam Bang Majid ini juga menyediakan beberapa macam variasi menu yaitu ikan lele, ikan nila, ikan dencis, ikan mas arsik, ayam sambal, ayam semur, ayam gulai, ayam pedas manis, dan lain lain. Selain makanan, Lontong Malam Bang Majid juga menyediakan berbagai macam minuman seperti Jus mangga, jus kuini, jus alpukat, jus jambu merah, jus jeruk, jus terong belanda nutrisari, dan lain lain. Lontong Malam Bang Majid terletak di Jalan Ayahanda No. 2F, Sei Putih Tengah, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20113. Berdasarkan survey penulis, populasi lontong malam bang majid adalah kurang lebih dari 1.525 konsumen selama bulan September 2021.

Akhir akhir ini Lontong Malam Bang Majid sedikit kewalahan dalam menjalankan bisnisnya karena begitu banyaknya pesaing-pesaing yang semakin cakap dan lebih produktif dimana manajemen semakin cepat mengakses cara cara dan peralatan terkini untuk melakukan inovasi unik untuk produk kuliner lontong dalam menarik minat konsumen baik dari segi produk makanan maupun segi layanan. Menurut Robbins & Coulter (2016), inovasi itu dikatakan sebagai melakukan atau mengambil ide ide baru yang kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Lontong Malam Bang Majid bisa di katakan kalah bersaing dengan kompetitor kompetitor lain dalam bentuk diferensiasi produknya dan diferensiasi layanannya yang mengakibatkan pendapatan penjualan lontong malam bang majid mengalami penurunan. Berikut adalah Tabel 1.2 yang menampilkan pendapatan perbulan lontong malam bang majid.

Tabel 1.1
Pendapatan / Bulan.

No	Bulan	Pendapatan
1	September 2020	Rp. 32.950.000
2	Oktober 2020	Rp. 31.450.000
3	November 2020	Rp 30.870.000
4	Desember 2020	Rp. 31.165.000
5	Januari 2021	Rp 30. 542.000
6	Februari 2021	Rp 29. 765.000
7	Maret 2021	Rp. 30.055.000
8	April 2021	Rp. 29. 325.000
9	Mei 2021	Rp. 28. 970.000
10	Juni 2021	Rp. 29. 235.000
11	Juli 2021	Rp. 28.780.000
12	Agustus 2021	Rp. 28.415.000

Sumber: Pemilik Toko (15 Oktober 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pendapatan perbulannya. Jika dilihat dengan seksama, secara keseluruhan terjadi penurunan pendapatan perbulan sedikit demi sedikit. Berdasarkan hasil survey penulis,

menyatakan bahwa penurunan pendapatan yang di alami oleh Lontong Malam Bang Majid tersebut di duga karena kurangnya diferensiasi produk berupa keistimewaan produk yang disajikan oleh Lontong Malam Bang Majid kurang optimal dan ukuran atau porsi dari Lontong Malam Bang Majid ini terlalu sedikit sehingga tidak mampu bersaing dengan kompetitor. Permasalahan selanjutnya terletak pada diferensiasi layanan yaitu empati sebab konsumen tidak dilayani dengan ramah. Hal tersebut sangatlah berpengaruh besar terhadap kemajuan usaha lontong malam bang majid.

Berdasarkan penjelasan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lontong Malam Bang Majid”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka permasalahan yang muncul disini adalah:

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid.
2. Apakah diferensiasi layanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid.
3. Apakah diferensiasi produk dan diferensiasi layanan berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid.
2. Untuk mengetahui apakah diferensiasi layanan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid.
3. Untuk mengetahui apakah diferensiasi produk dan diferensiasi layanan berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang konsep diferensiasi produk dan diferensiasi layanan terhadap keunggulan bersaing.

2. Bagi Akademik

Untuk tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.

3. Bagi Perusahaan

Untuk menambah pengetahuan tentang “pengaruh diferensiasi produk dan diferensiasi layanan terhadap keunggulan bersaing”, serta wawasan pengusaha dalam melakukan inovasi terhadap produk dan layanan usaha yang dijalankan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Manajemen

Menurut Zakiyudin (2012), manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan pengarahan suatu kelompok tertentu kearah tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen itu juga adalah proses yang dilakukan oleh seseorang atau individu untuk mengatur sesuatu untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara bekerjasama memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan dengan tujuan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia maupun sumber-sumber lainnya.

Pada dasarnya kemampuan manusia itu sangatlah terbatas, baik itu dari segi fisik, pengetahuan maupun waktu, sedangkan kebutuhan manusia tidaklah terbatas. Untuk menyikapi hal tersebut manusia haruslah dapat membagi pekerjaan, tugas, dan tanggungjawab. Dengan adanya pembagian tugas, kerja dan tanggung jawab tersebut maka terbentuklah kerjasama dan keterikatan formal dalam suatu organisasi. Pada dasarnya manajemen itu sangatlah penting karena:

1. Apabila pekerjaan itu berat dan sulit untuk dikerjakan sendiri maka diperlukan pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab untuk penyelesaian pekerjaan tersebut

2. Perusahaan akan berhasil dengan baik apabila manajemen itu di terapkan dengan baik
3. Manajemen yang baik akan meningkatkan daya guna dan hasil guna bagi sebuah perusahaan
4. Manajemen yang baik akan mengurangi pemborosan.
5. Manajemen sangatlah penting bagi kemajuan dan pertumbuhan perusahaan
6. Manajemen yang baik akan mengakibatkan pencapaian tujuan secara teratur.
7. Manajemen itu merupakan suatu pedoman pikiran dan tindakan

Beberapa tingkatan manajemen adalah seperti manajemen tingkat puncak atau *top management*, tingkat menengah atau *middle management*, tingkat pertama atau *supervisory of frist –line management*, dan manajemen nonsupervisy atau *Non-supervisy management*. Adapun beberapa bidang manajemen antara lain seperti manajemen sumber daya manusia (MSDM), manajemen permodalan, manajemen akuntansi biaya, manajemen produksi, manajemen pemasaran, dan lain lain

2.1.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat seseorang atau individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan yang dibutuhkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan produk lain. Pemasaran juga merupakan fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk meciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai terhadap pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang dapat menguntungkan suatu organisasi dan pihak pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Menurut Alma (2013), manajemen pemasaran merupakan proses dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas berdasarkan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan.

Beberapa tipe entitas yang dipasarkan dalam kegiatan pemasaran diantaranya adalah:

1. Barang

Bagian terbesar dalam proses produksi maupun pemasaran adalah barang fisik.

Suatu perusahaan dapat memasarkan barang seperti mobil, lemari es, handphone, laptop, jam tangan, spring bed, sofa dan lain-lain.

2. Jasa

Beberapa contoh untuk pemasaran jasa adalah seperti industri perbankan, transportasi meliputi darat laut dan udara, jasa laundry, jasa warung internet, jasa doorsmeer, jasa tukang pijat, dan lain sebagainya

3. Acara

Ide sebuah bisnis bisa juga diperoleh dari mengadakan acara atau event. Contohnya seperti event olahraga piala dunia yang diadakan 4 tahun sekali, acara pentas seni saat berbagai seniman berkumpul untuk memamerkan karyanya setiap 6 bulan sekali, bahkan acara acara musik yang diadakan setiap hari.

4. Tempat

Suatu tempat yang memiliki keindahan dan daya tarik tersendiri, unik dan bernilai jual, pasti akan mendatangkan keuntungan. Contohnya seperti tempat wisata, Perkantoran, Mall dan lain-lain.

5. Organisasi

Organisasi pada dasarnya dapat menawarkan beragam pelayanan jasa. Organisasi dapat menjual keahliannya dan kelebihannya. Contohnya yaitu seperti organisasi yang membangun *brand* mereka sebagai organisasi *non-profit* seperti wikipedia.

6. Ide

Produk yang asli dan sangat aman dari penjiplakan adalah ide. Ide dapat sangat bervariasi atau beragam dan berbeda-beda setiap orang. Salah satu sebab lahirnya berbagai produk yang megah atau mengesankan adalah berasal dari ide.

Manajemen pemasaran tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien melalui sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran. Agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen maka, pebisnis perlu melakukan riset pemasaran, seperti berupa survey mengenai keinginan konsumen itu apa saja, sehingga pebisnis tersebut bisa mendapatkan informasi tentang apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Kemudian informasi mengenai kebutuhan konsumen tersebut diteruskan ke bagian produksi untuk di wujudkan. Setelah produk tersebut terwujud, maka manajemen pemasaran melakukan kegiatan proses penyampaian produk kepada konsumen.

Seseorang yang mencari respon perhatian bahkan pembelian dapat dikatakan sebagai pemasar (*Marketer*). Sebagai Pemasar, maka wajib untuk memperhatikan 5 fungsi kunci yaitu sebagai berikut;;

1. Memperkuat sebuah merek
2. Mengukur Keefektifan suatu pemasaran
3. Mengarahkan Pengembangan Produk yang baru didasarkan oleh kebutuhan pelanggan
4. Mengumpulkan beberapa ide ide dari pelanggan
5. Mengumpulkan teknologi pemasaran yang ada.

Beberapa elemen penting dalam konsep pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Market oriented* berorientasi pada keinginan konsumen
2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara terpadu
3. Pencapaian tingkat kepuasan konsumen.

2.1.3 Teori Keunggulan Bersaing

Menurut Anjaningrum (2018), keunggulan bersaing berasal dari banyak aktifitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendesain memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Keunggulan bersaing juga merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam mencapai keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu dicapai oleh kompetitor pasar dalam industri yang sama atau sejenis. Atribut yang digunakan dalam menciptakan keunggulan bersaing tersebut adalah sebagai berikut:

1. Produk yang unik dan bermutu

Keunikan tersebut dapat diperoleh dari sumber daya manusia yang superior, teknologi, pemanfaatan bahan baku yang unik atau bahkan berasal dari produk iu sendiri. Disisi lain produk, keunikan produk pada waktunya akan dapat ditiru oleh pesaing sehingga perusahaan perlu melakukan inovasi secara berkelanjutan untuk merilis produk yang berbeda.

2. Pendefinisian yang jelas dan tegas dari target pasar dengan tujuan agar hubungan perusahaan dan pelanggan dapat terjalin dengan baik, maka dibutuhkan lah pengawasan dan sebuah dialog dengan pelanggan tersebut. Semakin jelas dan fokus kegiatan perusahaan yang sesuai dengan segmen pasar yang dituju maka semakin besar harapan suksesnya.
3. Meningkatkan keterkaitan dengan pelanggan dan juga menciptakan ikatan yang erat dengan pelanggan melalui peningkatan layanan yang dapat membantu mempertahankan posisi bisnis dalam pasar.
4. Membangun kredibilitas sebuah merek dan perusahaan
Reputasi sebuah merek dan perusahaan dapat menjadi aset yang paling dipertahankan. Perubahan yang begitu sangat cepat serta produk yang perlu untuk dikembangkan menjadikan seorang pelanggan mendapatkan kenyamanan melalui pengembangan produk secara berkelanjutan. Merek, gaya dan perubahan yang berkelanjutan tersebut dapat memberikan reputasi terhadap merek dan nama perusahaan.

2.1.4 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Anjaningrum (2018) indikator keunggulan bersaing diantaranya adalah:

1. Keunikan produk atau keistimewaan layanan

Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan.

2. Biaya atau harga

Harga bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran

3. Tidak mudah ditiru

Maksudnya disini adalah berarti dapat ditiru dengan tidak sempurna

4. Sulit digantikan

Maksudnya disini adalah tidak memiliki pengganti yang sama.

2.1.5 Diferensiasi Produk

Menurut Sudaryono dan Saefullah (2018), diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi lebih bagus dan lebih menarik.

Diferensiasi produk bisa dikatakan sebagai proses membedakan suatu produk untuk membuatnya lebih bagus dan menarik dibandingkan dengan produk kompetitor. Diferensiasi produk sangat lah penting dan cocok sebagai kunci kesuksesan dalam sebuah perusahaan. Kotler (2014) menyatakan bahwa diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dan tawaran pesaing. Menurut Mursid (2014), sebuah perusahaan sangat di sarankan untuk menerapkan diferensiasi dalam menjalankan usahanya dimana diferensiasi itu adalah salah satu jenis keunggulan bersaing yang bisa dimiliki oleh perusahaan.

Manfaat diferensiasi produk adalah sebagai berikut:

1. Untuk melakukan modifikasi yang substansi terhadap produk yang dihasilkan selama ini.
2. Menciptakan produk yang baru dengan tujuan untuk memberikan manfaat tanpa mengubah saluran distribusi
3. Memperpanjang daya guna produk yang dihasilkan sekarang
4. Menarik keuntungan dari reputasi perusahaan

Berikut ini adalah cara perusahaan dapat membedakan produknya dengan produk pesaing, diantaranya sebagai berikut:

1. Yang pertama adalah berdasarkan kualitas produk.

Yaitu bagaimana kualitas, keandalan, dan ketangguhan produk suatu usaha dibandingkan dengan produk pesaing.

2. Yang kedua adalah berdasarkan desain produk

Yaitu apakah suatu usaha sudah melakukan sesuatu yang berbeda dengan desain sebuah produk? apakah desain produk tersebut lebih menarik dibanding dengan produk pesaing?

3. Yang ketiga adalah berdasarkan layanan dan interaksi

Yaitu bagaimana pelayanan usaha anda, bagaimana interaksi anda dengan pelanggan anda, apakah layanan dan interaksi anda tersebut lebih bagus dibandingkan dengan pelayanan dan interaksi pesaing?

4. Yang terakhir adalah penetapan harga

Yaitu bagaimana model penetapan harga di usaha anda, apakah harga produk anda lebih murah atau bahkan lebih mahal dibandingkan dengan harga produk pesaing.

Beberapa kriteria suatu diferensiasi agar dapat dikatakan baik diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tidak mudah untuk ditiru oleh pesaing
2. Sesuai dengan kepentingan konsumen
3. Memiliki keunggulan dalam memperoleh manfaat yang sama
4. Terjangkau
5. Dapat menguntungkan perusahaan

2.1.6 Indikator Diferensiasi Produk

Indikator diferensiasi produk menurut Kotler (2014), adalah sebagai berikut:

1. Bentuk

Bentuk adalah ukuran, model atau struktur fisik sebuah produk.

2. Keistimewaan

Yaitu karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk..

3. Mutu Kesesuaian

Mutu kesesuaian merupakan tingkat semua unit yang diproduksi adalah identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang di janjikan.

4. Daya Tahan

Daya tahan merupakan suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan atau berat, merupakan atribut yang sangat berharga bagi produk-produk tertentu yang di timbilkan oleh produk yang rusak atau gagal.

5. Rancangan

Yaitu totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.

2.1.7 Diferensiasi Layanan

Diferensiasi layanan menurut Parasuraman dan Berry (2012), selain mendiferensiasikan produk, perusahaan juga dapat mendiferensiasikan pelayanan, karena apabila produk fisiknya sulit untuk di deferensiasikan maka kunci sukses lainnya terletak pada peningkatan kualitas pelayanan sebuah perusahaan. Jika produk fisik tidak mudah untuk di diferensiasi kunci lain

keberhasilan dalam persaingan bisnis adalah terletak pada penambahan pelayanan yang akan menambah nilai serta meningkatkan kualitasnya. Perbedaan pelayanan adalah seperti: kemudahan pemesanan, pengiriman, pelatihan pelanggan, pemeliharaan dan juga perbaikan.

Perusahaan dapat atau mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dari kompetitornya akan mampu memenangkan persaingan sehingga mempunyai pertumbuhan pangsa pasar yang lebih tinggi. Dalam dunia bisnis, hal yang paling penting adalah kualitas pelayanan, kunci sukses sebuah usaha terletak pada peningkatan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah kiat secara konsisten dan efisien untuk membeli konsumen atau pelanggan apa yang diinginkannya dan diharapkan oleh pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan dapat menjadikan suatu instrument yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan, sehingga dengan memiliki kualitas di segi pelayanan suatu perusahaan, dapat dengan mudah mencapai keunggulan bersaing.

Menurut Kotler dan Keller (2012), untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai beberapa diferensiasi pelayanan yang dapat diciptakan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan pemesanan

Mengacu pada seberapa mudah pelanggan bisa melakukan pemesanan terhadap perusahaan.

2. Pengiriman

Mengacu pada seberapa cepat produk atau jasa di serahkan kepada konsumen atau pelanggan. Selain kecepatan, penyerahan itu biasanya juga mencakup ketepatan dan perhatian selama proses pengiriman.

3. Pemasangan

Mengacu kepada pekerjaan yang dilakukan untuk membuat produk tertentu beroperasi di lokasi yang telah direncanakan atau ditentukan sebelumnya. Kemudahan pemasangan ini menjadi titik jual yang sebenarnya, terutama jika pasar sasaran adalah orang baru

4. Konsultasi konsumen

Mengacu pada memberikan petunjuk arah kepada konsumen atau pelanggan untuk menggunakan suatu peralatan dari penjual secara tepat dan efisien.

5. Pemeliharaan dan perbaikan pelayanan

Pemeliharaan dan perbaikan pelayanan merupakan program pelayanan sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membantu konsumen menjaga produk yang mereka beli senantiasa dalam kondisi kerja yang baik.

2.1.8 Indikator Diferensiasi Layanan

Menurut Parasuraman dan Berry (2012), Indikator diferensiasi layanan adalah sebagai berikut:

1. *Reliability* (kehandalan)

Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

2. *Responsiveness* (daya tanggap),

Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.

3. *Empathy* (empati)

Empati merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengorganisasian yang nyaman bagi pelanggan.

4. *Tangibles* (bukti fisik)

Bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu telah diuraikan mengenai hasil-hasil penelitian yang didapat oleh penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang di lakukan. Penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable	Hasil
1	Nicky Hannry Ronaldo Tampi (2018)	Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Study at PT.Telkomsel Grapari Manado) Sumber : Jurnal EMBA (Jurnal Ekonomi dan Pembangunan)	X1: Diferensiasi Produk X2 :Diferensiasi Layanan X3: Diferensiasi Citra Y1:Keunggulan Bersaing Y2: Kinerja Pemasaran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh diferensiasi produk (X1), diferensiasi layanan (X2), diferensiasi Citra (X3) terhadap variabel keunggulan bersaing (Y1), secara parsial berdasarkan analisis data adalah positif dan signifikan, selanjutnya diferensiasi produk (X1), diferensiasi layanan (X2), diferensiasi Citra (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran (Y2)
2	Nanda Fadilla (2015)	Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Ritel Modern (Kasus Hypermart Mall SKA Pekanbaru) Sumber : Jurnal Online Mahasiswa Fisip	X : Strategi Diferensiasi Y : Keunggulan Bersaing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari indikator mempertahankan konsumen memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap tanggapan responden yang merasakan bentuk strategi diferensiasi yang dilakukan oleh Hypermart Mall SKA Pekanbaru.
3	Ayu Ramadani (2021)	Strategi Diferensiasi Produk, Citra Merek, Targetting, dan Positioning Pasar Terhadap Keunggulan Kompetitif Minuman Lega di Labuhan Batu (Studi Kasus Konsumen Minuman Lega) Sumber : Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)	X1 : Strategi Diferensiasi Produk X2 : Citra Merek X3 : Targetting X4 : <i>Positioning</i> Pasar Y : Keunggulan <i>Kompetitif</i> .	Di dalam pengujian simultan (Uji F), diketahui bahwa diferensiasi produk, citra merek, penargetan, dan positioning pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Secara parsial (uji t) adalah diketahui bahwa diferensiasi produk dan citra merek berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan targetting dan market positioning tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.
4	Windy Ricky1 (2019)	Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan PT. Amorindo Mitra	X1 : Diferensiasi Produk X2: Kualitas Pelayanan Y: Tingkat Penjualan	Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan serta hasil

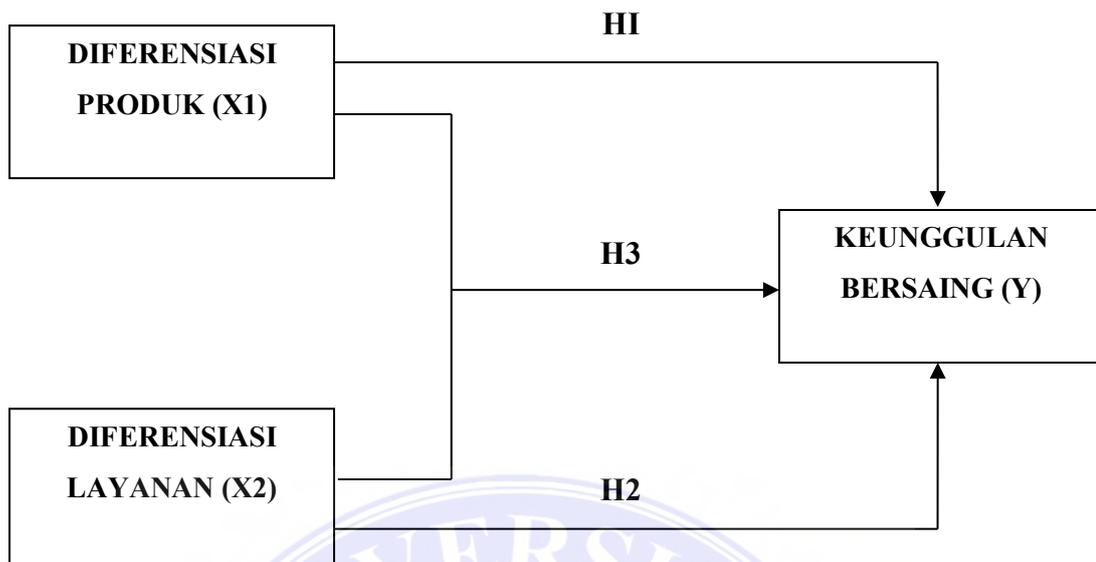
No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable	Hasil
		Sentosa Medan Sumber : Jurnal Bisnis Kolega		pengujian secara serempak menunjukkan bahwa diferensiasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap tingkat penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan.
5	Firliana Yuniar Amri (2021)	Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Duren Babeh Di Tegal Sumber : Skripsi Politeknik Harapan	X : Strategi Diferensiasi Y : Keunggulan Bersaing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi produk, strategi diferensiasi kualitas pelayanan, strategi diferensiasi personal, dan strategi diferensiasi citra berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing.
6	I Dewa Gede Wilanta Tintara (2020)	The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiation Competitive Advantage (Faculty Of Economics and Business, Udayana University (Unud), Bali, Indonesia) Sumber : American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)	X1 = Product Differentiation X2 = Differentiation, Service X3 = Image Differentiation Y = Competitive Advantage	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diferensiasi produk terhadap keunggulan kompetitif di Starbucks Dewata, artinya semakin tinggi diferensiasi produk maka akan meningkatkan daya saingnya keuntungan. terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diferensiasi layanan terhadap daya saingkeuntungan di Starbucks Dewata. Artinya semakin tinggi diferensiasi pelayanan maka akan semakin meningkat keunggulan kompetitif. Ada pengaruh positif dan signifikan antara diferensiasi citra terhadap keunggulan kompetitif di Starbucks Dewata. Artinya semakin tinggi diferensiasi citra maka akan semakin meningkatkankeunggulan Kompetitif.
7	Johnpeter Njoroge KIRERU, Dr. Kepha OMBUI. Dr. Jane OMWENGA (2016)	Influence Of Product Differentiation Strategy In Achieving Competitive Advantage In Commercial Banks: A Case Of Equity Bank Limited Sumber : International Journal of Business & Law Research	X = Product Differentiation Strategy Y = Competitive Advantage	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa untuk keuntungan jangka panjang pada bank dipengaruhi oleh terus memberikan pelanggan produk untuk kepuasan mereka dan penciptaan dan optimalisasi proses melampaui alat dan praktik.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variable	Hasil
8	Ezra S. Danbauchi, Ishaku Maryam (2020)	Effect of Differentiation Strategy on the Sales Growth of Atlantis Table Water, Gombe Sumber: Journal Of Management Sciences	X1 = Differentiation Strategy Y = Sales Growth	Inovasi produk, desain produk, kualitas produk dan keunikan produk berpotensi meningkatkan pertumbuhan penjualan atlantis table water gombe. Mayoritas responden yang merupakan pelanggan atlantis table water telah mengindikasikan bahwa bisnis perlu meningkatkan produk mereka untuk menjamin perlindungan berkelanjutan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa diferensiasi produk dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), kerangka konseptual adalah abstraksi suatu realitas untuk dapat dikomunikasikan serta membentuk suatu teori yang menjelaskan keterkaitan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap diferensiasi produk dan diferensiasi layanan yang dilakukan oleh Lontong Malam Bang Majid.

Penelitian ini menggunakan keunggulan bersaing sebagai variabel dependen sedangkan diferensiasi produk dan diferensiasi layanan sebagai variabel independen. Peneliti ingin menguji pengaruh diferensiasi produk dan diferensiasi layanan terhadap keunggulan bersaing.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) didalam bukunya metode penelitian manajemen, pengertian hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan didalam suatu bentuk pernyataan. Alasan mengapa dikatakan sementara adalah karena jawaban yang akan diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka hipotesis juga akan dinyatakan sebagai suatu jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Hipotesis dalam penelitian ini merupakan sebagai berikut:

H_1 : Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada lontong malam bang majid.

H_2 : Diferensiasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada lontong malam bang majid.

H₃ : Diferensiasi layanan dan diferensiasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada lontong malam bang majid



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, dimana penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

3.2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih sebagai objek penelitian dalam penelitian ini adalah di Lontong Malam Bang Majid, Jalan Ayahanda No. 2F, Sei Putih Tengah, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20113

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan dari bulan september 2021 sampai dengan Juni 2022

Tabel 3.1

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2021-2022									
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mart	Apr	Mei	Jun
1	Pengajuan Judul										
2	Penyusunan Proposal										
3	Seminar Proposal										
4	Pengumpulan Data										
5	Analisis Data										
6	Seminar Hasil										
7	Sidang Meja Hijau										

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek /objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berjumlah kurang lebih dari 1.525 konsumen selama 1 bulan penelitian yaitu pada bulan september 2021. Berikut adalah tabel populasi Lontong Malam Bang Majid.

Tabel 3.2
Jumlah Populasi

Hari	Jumlah Orang						
Minggu 1		Minggu 2		Minggu 3		Minggu 4	
Senin	55	Senin	58	Senin	57	Senin	56
Selasa	58	Selasa	56	Selasa	55	Selasa	51
Rabu	54	Rabu	51	Rabu	53	Rabu	57
Kamis	51	Kamis	54	Kamis	58	Kamis	53
Jumat	53	Jumat	57	Jumat	52	Jumat	58
Sabtu	57	Sabtu	52	Sabtu	54	Sabtu	52
Minggu	57	Minggu	59	Minggu	49	Minggu	48
Jumlah Responden	385	Jumlah Responden	387	Jumlah Responden	378	Jumlah Responden	375

Sumber : Pemilik Usaha (15 Oktober 2021)

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampel yang ditemui saat penelitian dilakukan sampai jumlah sampel yang diharapkan dapat terpenuhi.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus slovin, sebagai berikut:

Rumus slovin:

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error toleranc 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1525}{1 + 1525(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1525}{1 + 1525 (0,01)}$$

$$n = \frac{1525}{16,25}$$

$$n = 93,85$$

$$n = 94 \text{ Responden}$$

Berdasarkan hasil penelitian rumus slovin tersebut, maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 94 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan petunjuk untuk melaksanakan tentang cara untuk mengukur variable. Definisi operasional adalah informasi penting yang sangat membantu peneliti yang akan menggunakan variable yang sama. Definisi oprasional untuk masing masing variable bebas dan variable terikat adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Tabel Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variable	Skala Ukur
1	Diferensiasi Produk (X1)	Kotler (2014) menyatakan bahwa diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dan tawaran pesaing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk 2. Keistimewaan 3. Mutu Kesesuaian 4. Daya Tahan 5. Rancangan 	Likert
2	Diferensiasi Layanan (X2)	Diferensiasi Layanan menurut Parasuraman (2012), adalah Selain mendiferensiasikan produk, perusahaan juga dapat mendiferensiasikan pelayanan, karena apabila produk fisiknya sulit untuk di deferensiasikan maka kunci sukses lainnta terletak pada peningkatan kualitas pelayanan senuah perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reliability</i> (kehandalan. 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Empathy</i> (empati 4. <i>Tangibles</i> (bukti fisik 	Likert
3	Keunggulan Bersaing (Y)	Menurut Sulistiani (2014), Keunggulan bersaing merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam mencapai keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu dicapai oleh kompetitor pasar dalam industri yang sama atau sejenis.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Keunikan Produk atau Keistimewaan Layanan 2. Biaya atau Harga 3. Tidak mudah ditiru 4. Sulit digantikan 	Likert

Sumber: Kotler (2014), Parasuraman (2012), Sulistiani (2014).

3.5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dimana data primer merupakan sumber data penelitian yang diperbolehkan secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jejak pendapat dari seseorang atau kelompok maupun hasil observasi dari satu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Data primer dalam penelitian adalah hasil jawaban kuesioner yang di sebarluaskan kepada responden yaitu konsumen Lontong Malam Bang Majid.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dalam bentuk pertanyaan yang diajukan kepada petugas yang bersangkutan sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas. Menurut Sugiyono (2012) digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dilakukan langsung antara peneliti dengan petugas yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

2. Daftar pertanyaan kuesioner

Daftar pertanyaan kuesioner metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang diberikan kepada responden yaitu Konsumen di Lontong Malam Bang Majid.

3. Dokumentasi / Observasi

Pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu pengaruh diferensiasi produk dan diferensiasi layanan terhadap keunggulan bersaing pada Lontong Malam Bang Majid. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian yaitu warung Lontong Malam Bang Majid.

Jawaban yang mendukung pertanyaan akan diberi skor yang tinggi, sedangkan untuk menjawab yang tidak atau kurang mendukung akan diberi skor yang rendah. Dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.4
Bobot Nilai Angket

PERTANYAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Tujuan uji validitas di lakukan adalah untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan

bahwa seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya di ukur. Pengukur dinyatakan valid apabila mengukur tujuannya dengan benar atau nyata. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dapat dikatakan konsisten apabila beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang akan mengukur sah atau tidak suatu akan kuisioner. Suatu item dikatakan valid, jika adanya korelasi dengan skor total. Hal ini dapat terjadi jika menunjukkan bahwa adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap sesuatu yang ingin diungkap. Ini merupakan pertanyaan atau pertanyaan yang tujuan oleh responden berbentuk kuisioner. Menurut Singarimbun dan Effendi (2012), suatu pertanyaan atau indikator dikatakan valid apabila :

- a. Jika r hitung positif serta nilai r hitung $> r$ table, maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung tidak positif serta nilai r hitung $< r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah *Cronbach Alpha* untuk mengukur skala rentangan seperti skala Likert 1-5. Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk kedalam pengujian adalah item valid aja. Nilai Alpha 0,6 adalah suatu batasan bagi instrumen dikatakan reliable atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki Cronbach

Alpha > 0,60. Pengujian riabel menggunakan program *software SPSS for windwos*. Dengan tujuan untuk mengetahui konsisten dan instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Singarimbun dan Effendi, 2012).

3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam peneltian ini akan menggunakan analisi regresi berganda untuk menggunakan analisis linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel indenpenden terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2013), persamaan regresi linier berganda ialah sebagai berikut:

$$\text{RUMUS : } Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keunggulan Bersaing

A = Nilai Konstanta

β = Koefisien regresi Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

β_2 = Koefisien regresi Diferensiasi Layanan terhadap Keunggulan Bersaing

X1 = Diferensiasi Produk

X2 = Diferensiasi Layanan

e = Standar Error (Faktor pengganggu)

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi atau tidak. Menurut Arikunto (2014) uji normalitas merupakan salah satu asumsi klasik yang dikemukakan oleh Kolmogorov-Smornow dalam pemakaian regresi, dengan kata lain pemakaian regresi harus normal. Dengan kriteria, jika sig > 0.05 maka

data tersebut secara normal dan sebaliknya jika $\text{sig} < 0.05$ maka data tersebar tidak dengan normal.

1. Histogram

Histogram adalah pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell Shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng kekanan atau kekiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.

2. Grafik *Normality Probability Plot*

3. Ketentuan yang digunakan antara lain :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018), tujuan uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Mendeteksi multikolonieritas dapat dilihat nilai *tolerance* dan *varian Inflation faktor (VIP)* sebagai tolak ukur. Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai *VIF* ≥ 10 , maka dapat disimpulkam bahwa penelitian terdapat multikolinieritas..

3. Uji Heteroskedastistas

Menurut Ghozali (2018) uji ini dipakai agar mengetahui apakah didalam suatu model regresi akan ada terjadinya ketidaksamaan variabel dan residual dari suatu pengamatan kepengamatan lainnya. Model regresi yang baik merupakan

yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Agar mendeteksi adanya heterkedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot.

3.7.4 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data, baik dari percobaannya terkontrol atau dari observasi (tidak terkontrol).

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Dimana:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah metode pengujian statistika yang dilakukan dengan cara serentak dengan dua atau lebih objek sebagai pembanding. Uji F ini digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen adalah diferensiasi produk (X_1), diferensiasi layanan (X_2) dan terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing (Y). ketentuan dari Uji F sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan begitu juga sebaliknya H_a ditolak.

3. R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Menurut Ghozali (2014) uji koefisien determinasi (*adjusted R²*) merupakan pengukuran yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (diferensiasi produk, diferensiasi layanan) dalam menjelaskan dependen (keunggulan bersaing). Nilai koefisien determinasi merupakan antara 0 sampai 1 ($0, \textit{adjusted R}^2, 1$), semakin nilai koefisien mendekati 1, maka dikatakan baik karena hubungan variabel independen dengan variabel dependen semakin dekat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel diferensiasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Lontong Malam Bang Majid, dengan nilai t_{hitung} diperoleh $2,280 > t_{tabel}$ 1,986 dan nilai pada kolom sig $0,025 < 0,05$ artinya signifikan.
2. Variabel diferensiasi layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Lontong Malam Bang Majid, dengan nilai t_{hitung} 9,504 $> t_{tabel}$ 1,986 dan nilai pada kolom sig $0,000 < 0,05$ artinya signifikan.
3. Variabel diferensiasi produk dan diferensiasi layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Lontong Malam Bang Majid, dengan nilai f_{hitung} diperoleh $64,994 > f_{tabel}$ 2,36 dan nilai pada kolom sig $0,000 < 0,05$ artinya signifikan.
4. Koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,588 atau 58,8% sehingga dapat dikatakan bahwa diferensiasi produk dan diferensiasi layanan berpengaruh sebesar 58,8% terhadap keunggulan bersaing, sedangkan sisanya sebesar $100\% - 58,8\% = 41,2\%$ dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini seperti cita rasa, keragaman menu, harga, suasana toko, dan promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan sebelumnya dalam penelitian ini, ada beberapa saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini, antara lain:

1. Warung Lontong Malam Bang Majid diharapkan agar dapat mendiferensiasikan produknya yakni membuat produk lontong yang lebih menarik dengan tujuan untuk memenuhi permintaan pasar sehingga diferensiasi produk tersebut dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Dengan adanya diferensiasi produk tersebut, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk itu karena barang yang dihasilkan oleh perusahaan dianggap berbeda, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang telah melakukan diferensiasi produk.
2. Warung Lontong Malam Bang Majid diharapkan agar dapat mendiferensiasikan pelayanannya, yakni keramahan pegawai yaitu dengan cara menyambut konsumen dengan senyuman dan sopan, memperhatikan setiap kebutuhan dari konsumen, dan menerima setiap keluhan-kesah dari konsumen. Pelayanan di warung Lontong Malam Bang Majid juga di harapkan agar memiliki keistimewaan dan berbeda dengan pelayanan di warung lontong yang lain
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan peneliti serupa yang dilakukan lebih mendalam dengan menggunakan objek peneliti dengan populasi yang berbeda untuk memvalidasi hasil penelitian ini. Selain itu, dapat meneliti dengan variabel yang lain diluar variabel yang telah diteliti untuk

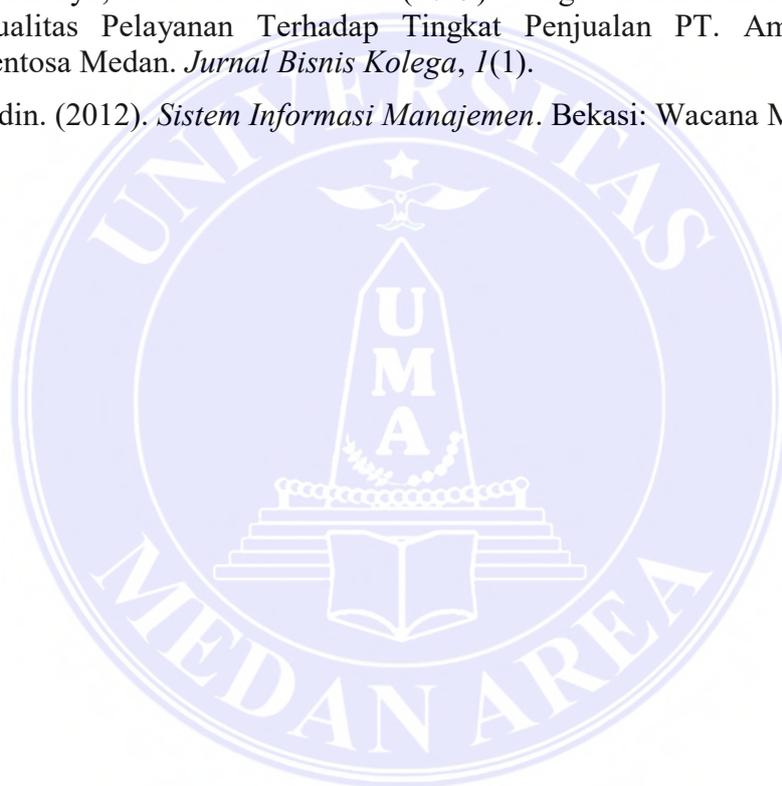
mengungkapkan lebih banyak permasalahan serta memberikan temuan-temuan peneliti yang lebih baru lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum, W. D. dan A. P. S. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative fusion). *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(2).
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu Ramadani. (2021). Strategi Diferensiasi Produk, Citra Merek, Targetting, dan Positioning Pasar Terhadap Keunggulan Kompetitif Minuman Lega di Labuhan Batu (Studi Kasus Konsumen Minuman Lega). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(2).
- Babeh, D., & Tegal, D. I. (2021). *Pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada umkm duren babeh di tegal*.
- Badan pusat statistik. (2013). *Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)*.
- Buchari Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ezra S. Danbauchi, Ishaku Maryam, Y. Y. (2020). Effect of Differentiation Strategy on the Sales Growth of Atlantis Table Water, Gombe. *Journal Of Management Sciences*, 1(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). No Title. *E - Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580–6609.
- I Dewa Gede Wilanta Tintara, N. N. R. R. (2020). The Effect of Product Differentiation, Service Differentiation, and Image Differentiation Competitive Advantage (Faculty Of Economics and Business, Udayana University (Unud), Bali, Indonesia). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 1(1).
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed.). Jakarta: Prehalindo.
- M. Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nanda Fadilla. (2015). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Ritel Modern (Kasus Hypermart Mall SKA Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fisip*, 1(1).
- Nicky Hannry Ronaldo Tampi. (2018). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Study at PT.Telkomsel Grapari Manado) Sumber : Jurnal EMBA (Jurnal Ekonomi dan Pembangunan). *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(1).

- Parasuraman, Leonard L. Berry, A. V. A. Z. (2012). Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research. *Journal of Marketing*, 49(1), P.41-50.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Shinta, A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Singarimbun dan Effendi. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sudaryono, & Saefullah, A. (2018). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: ANDI Ofset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Windy Ricky1, T. S. G. dan W. J. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 1(1).
- Zakiyudin. (2012). *Sistem Informasi Manajemen*. Bekasi: Wacana Meida.



LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

(KUISIONER)

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN DIFERENSIASI LAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA LONTONG MALAM BANG MAJID

Kepada Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat saya mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Lontong Malam Bang Majid”. Bersamaan dengan ini, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang saya sediakan. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian saudara/i saya ucapkan banyak terimakasih.

A. Karakteristik Responden

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan cara melingkari salah satu opsi jawaban yang ada.

Nama :

Usia :

- a. 17-20 tahun
- b. 21-25 tahun
- c. 26-30 tahun
- d. 31>

Jenis Kelamin :

- a. Perempuan
- b. Laki-laki

Penghasilan perbulan :

- a. Rp 1.000.000-Rp 1.900.000
- b. Rp 2.000.000-Rp 2.900.000
- c. Rp 3.000.000-Rp 3.900.000
- d. Rp 4.000.000>

B. Daftar Pertanyaan Kuisioner

Mohon isi kuisioner berikut ini mengenai alasan atau pertimbangan yang mendasari anda memutuskan untuk membeli makanan di Lontong Malam Bang Majid.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Diferensiasi Produk (X1)						
	Bentuk					
1	Bentuk produk dari Lontong Malam Bang Majid tidak menarik					
	Keistimewaan					
2	Lontong Malam Bang Majid tidak mempunyai keistimewaan produk yang dapat menarik minat beli konsumen					
	Mutu Kesesuaian					
3	Mutu kesesuaian produk lontong sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid					
	Daya Tahan					
4	Daya tahan produk lontong berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen					
	Rancangan					
5	Rancangan produk sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup warung Lontong Malam Bang Majid					

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Diferensiasi Layanan (X2)						
	Kehandalan					
1	Warung Lontong Malam Bang Majid dalam melayani konsumen kurang handal dan kurang tepat					
	Daya Tanggap					
2	Daya tanggap atau kecepatan karyawan dalam melayani kosumen di warung Lontong Malam Bang Majid sangat tidak baik					
	Empati					
3	Lontong Malam Bang Majid kurang memperhatikan setiap kebutuhan dari konsumen					
4	Konsumen disambut oleh karyawan dengan ramah dan sopan.					
	Bukti Fisik					
5	Warung Lontong Malam Bang Majid ditata dengan rapi dan bersih					

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Keunggulan bersaing (Y)						
Keunikan Produk atau Keistimewaan Layanan						
1	Produk Lontong Malam Bang Majid tidak memiliki keunikan yang dapat menarik minat beli konsumen.					
2	Pelayanan di warung Lontong Malam Bang Majid sangat istimewa atau berbeda dengan yang lain.					
Biaya atau Harga						
3	Harga Lontong Malam Bang Majid juga sangat terjangkau					
Tidak mudah di tiru						
4	Produk Lontong Malam Bang Majid mudah di tiru oleh kompetitor yang lain					
Sulit di gantikan						
5	Tidak ada lontong yang lain yang sama rasanya dengan Lontong Malam Bang Majid					



LAMPIRAN 2 DATA PENELITIAN**TABULASI DATA RESPONDEN PENELITIAN**

X1					Skor Total
1	2	3	4	5	
4	4	5	4	3	20
5	5	4	4	5	23
3	4	4	3	3	17
2	3	4	3	2	14
4	1	4	4	4	17
3	1	3	1	5	13
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
3	2	4	4	4	17
4	4	4	5	5	22
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
4	4	5	4	3	20
5	4	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	3	17
3	3	3	4	3	16
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	3	22
5	5	5	5	5	25
3	2	4	5	4	18
3	4	5	4	5	21
3	5	4	5	4	21
2	3	3	3	3	14
3	5	4	5	3	20
3	4	4	4	3	18
5	5	5	5	4	24
2	4	2	4	2	14
4	4	4	4	4	20
3	5	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19

X2					Skor Total
1	2	3	4	5	
5	5	5	5	5	25
3	4	4	3	4	18
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	2	14
4	4	2	4	4	18
3	3	4	4	5	19
5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	5	22
4	4	3	5	1	17
4	4	5	5	5	23
4	4	5	4	5	22
5	5	3	5	3	21
4	4	5	4	5	22
5	5	4	4	4	22
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
5	5	5	4	5	24
4	4	4	3	4	19
3	3	4	3	4	17
5	5	4	4	4	22
4	4	3	4	5	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
3	3	2	3	3	14
4	4	5	5	4	22
4	4	4	3	4	19
5	5	4	3	5	22
2	2	3	3	3	13
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	5	21

Y					Skor Total
1	2	3	4	5	
4	5	3	4	3	19
4	3	3	4	3	17
3	3	4	4	3	17
4	3	4	2	2	15
1	4	4	4	4	17
1	4	4	5	3	17
2	5	4	5	5	21
5	5	5	5	4	24
1	5	4	1	4	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	3	19
4	3	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	4	5	5	22
4	3	4	4	3	18
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	3	5	3	18
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	3	22
5	5	5	5	5	25
5	3	3	5	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	3	21
4	3	4	4	3	18
4	3	3	5	4	19
3	3	3	3	2	14
4	3	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	3	3	5	3	18

5	4	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
2	5	5	5	5	22
2	4	4	4	3	17
3	3	3	4	3	16
3	5	5	5	4	22
3	5	4	5	3	20
5	5	5	5	5	25
3	2	4	5	4	18
3	5	4	5	3	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	3	20
5	5	4	4	5	23
3	4	4	3	3	17
2	3	4	3	2	14
4	1	4	4	4	17
3	1	3	1	5	13
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
5	2	5	5	5	22
4	2	4	4	4	18
3	1	4	3	5	16
3	3	5	5	5	21
5	3	4	3	4	19
5	3	4	3	4	19
3	3	5	5	4	20
5	3	5	3	5	21
5	4	4	2	3	18
5	3	5	1	3	17
5	5	5	5	5	25
3	4	4	3	4	18
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	2	14
4	4	2	4	4	18
3	3	4	4	5	19
5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	5	22
5	4	3	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	3	17
4	3	4	5	4	20
4	4	5	5	4	22
4	3	3	4	3	17
4	3	3	4	3	17
5	5	4	4	4	22
2	1	3	5	5	16
2	3	2	3	4	14
5	3	4	2	2	16
4	5	3	4	3	19
4	3	3	4	3	17
3	3	4	4	3	17
4	3	4	2	2	15
1	4	4	4	4	17
1	4	4	5	3	17
2	5	4	5	5	21
5	5	5	5	4	24

TABULASI DATA VALIDITAS & RELIABILITAS PENELITIAN

X1					Skor Total	X2					Skor Total	Y					Skor Total
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
4	4	4	5	5	22	3	3	3	4	3	16	2	3	2	3	4	14
4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	3	4	2	2	16
5	5	5	5	5	25	5	2	5	5	5	22	4	5	3	4	3	19
3	4	4	4	4	19	4	2	4	4	4	18	4	3	3	4	3	17
4	4	5	4	3	20	3	1	4	3	5	16	3	3	4	4	3	17
5	4	4	4	3	20	3	3	5	5	5	21	4	3	4	2	2	15
5	5	5	5	5	25	5	3	4	3	4	19	1	4	4	4	4	17
4	5	4	4	4	21	5	3	4	3	4	19	1	4	4	5	3	17
5	5	5	5	5	25	3	3	5	5	4	20	2	5	4	5	5	21
5	5	5	5	4	24	5	3	5	3	5	21	5	5	5	5	4	24
2	4	2	4	2	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
3	5	4	4	4	20	4	4	4	3	5	20	5	4	3	3	4	19
4	4	4	4	3	19	5	5	3	5	5	23	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21	3	3	3	4	3	16	5	3	3	5	5	21
3	2	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	2	4	4	5	4	19
4	5	4	4	5	22	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	5	21
3	5	4	5	3	20	5	5	3	5	5	23	5	4	3	3	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	4	3	5	22	3	3	3	3	2	14
4	4	5	4	3	20	2	2	3	3	3	13	4	3	3	4	4	18
5	5	4	4	5	23	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	20	4	3	3	5	3	18
2	3	4	3	2	14	4	5	4	3	5	21	5	3	3	5	5	21
4	1	4	4	4	17	4	4	3	4	5	20	5	5	5	5	5	25
3	1	3	1	5	13	5	5	5	5	5	25	5	3	3	5	5	21
4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25	2	4	4	5	4	19
3	2	4	5	4	18	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	5	21

JAWABAN KUISIONER PENELITIAN

Karakteristik Responden

The screenshot displays a Google Forms interface for a questionnaire titled "Formulir tanpa judul". The form is in the "Jawaban" (Answers) tab, showing 94 responses. A red banner at the top indicates "Tidak menerima jawaban" (Not accepting answers), with a toggle switch turned off. Below this, a message box states "Pesan untuk responden: Formulir ini tidak menerima jawaban lagi" (Message for respondents: This form no longer accepts answers). The "Ringkasan" (Summary) tab is selected, showing a list of 20 respondents under the heading "Nama Responden".

Nama Responden
Wendika Siahaan
Mama Grace
Suryani Tambunan
Mami Bagas
Arianto Lumbantoruan
Novita Sembiring
Sari Ningsih Harahap
Mawarni Roida
Melati Sinaga
Meliana Tobing
Andika Pratama
Melda Saragih
Nur Aisyah
Rehan
Fitri Ismalaina Harahap
Dea
Andri Abdul Rahman
Anisa Sitepu
Revina Rosa Bella
Mora Eksabatana
Mak Saran
Muhammad Fadli
Mami Reyhan
Dewi Sagita
Pendi Silalahi
Sandrina Nasution
Hendrik Tumanggor
Septiana Siregar
Mariana Manalu

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 94 Setelan

94 jawaban

Rijon Marbun

Stevani

Berliana siregar

Boy satria

Iwan

Aris sanjaya

Yunita putri

Junita hujulu

Flora simatupang

Suzana

Indah anggraeni

Lailan savina

inomas siraiani

Komman

Gabriella Simatupang

Naomi syahfitri

Ricardo Pane

Muhammad Ardiansyah

Intan Permata Sari

Serly Wardani

Hotmaida Febrina

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 94 Setelan

94 jawaban

Deby Octavia Siregar

Tesalonika

Mardina Rajagukguk

Hotman Simanungkalit

Dedy Setiawan

Mega Simbolon

Bernad Panjaitan

Dorkas Panggabean

Tasya Situmorang

Nelson Maniuruk

Mariasi Nadeak

Andreas

Surya narraunari

Veronika Tambunan

Rivano

Steven

Herlina sinaga

Ria Rezeki

Yunita

Parlindungan

Nelfana

Santoso

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 94 Setelan

Nama Responden

94 jawaban

Febriyanti

Jerni

Nurbaiti

Frans aritonang

Nurhayati

Nurhaliza

Linda Siahaan

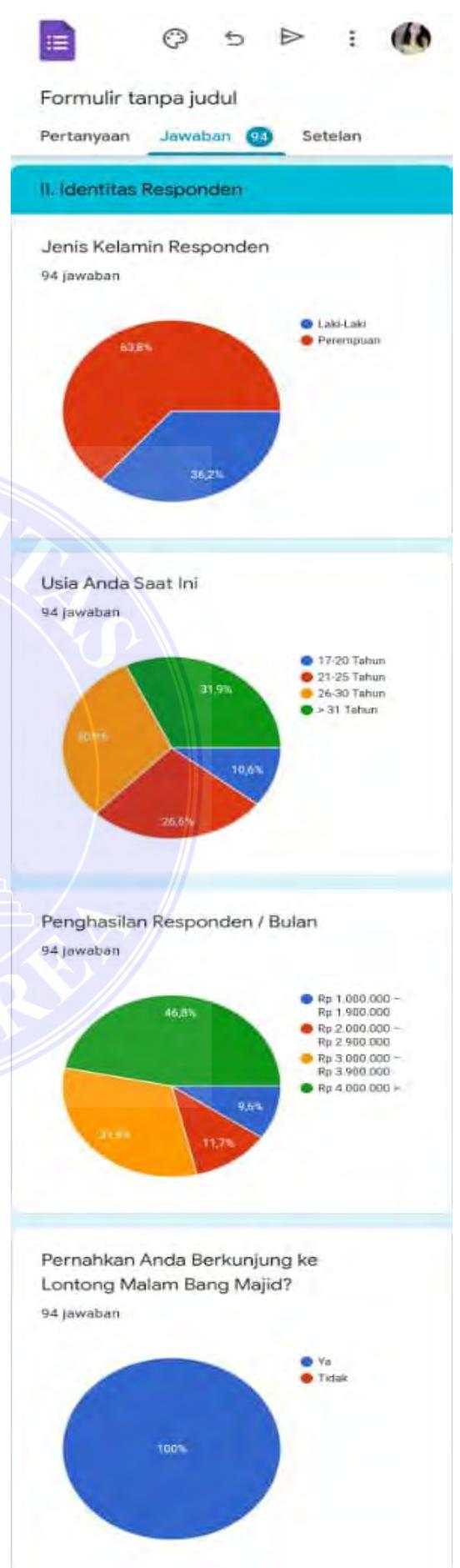
Tiramin

Mutiara

Febryana

Uli hutapea

Serdima Silitonga



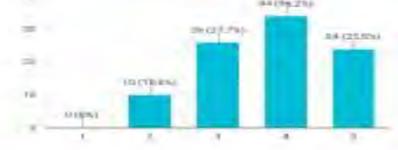
Jawaban Responden

Formulir tanpa judul
Pertanyaan Jawaban 13 Setelan

III. Diferensiasi Produk (X1)

Bentuk produk dari Lontong Malam Bang Majid tidak menarik

94 jawaban



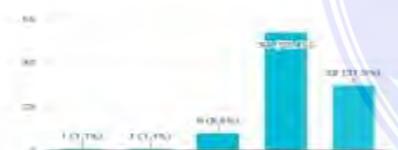
Lontong Malam Bang Majid tidak mempunyai keistimewaan produk yang dapat menarik minat beli konsumen

94 jawaban



Mutu kesesuaian produk lontong sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Lontong Malam Bang Majid

94 jawaban



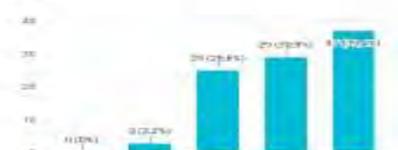
Daya tahan produk lontong berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen

94 jawaban



Rancangan produk sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup warung Lontong Malam Bang Majid

94 jawaban



Formulir tanpa judul
Pertanyaan Jawaban 13 Setelan

IV. Diferensiasi Layanan (X2)

Warung Lontong Malam Bang Majid dalam melayani konsumen kurang handal dan kurang tepat

94 jawaban



Daya tanggap atau kecepatan karyawan dalam melayani konsumen di warung Lontong Malam Bang Majid sangat tidak baik

94 jawaban



Lontong Malam Bang Majid kurang memperhatikan setiap kebutuhan dari konsumen

94 jawaban



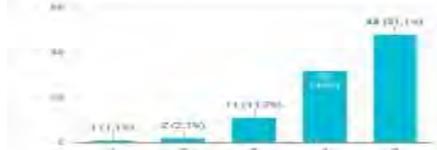
Konsumen disambut oleh karyawan dengan ramah dan sopan

94 jawaban



Warung Lontong Malam Bang Majid ditata dengan rapi dan bersih

94 jawaban



Formulir tanpa judul
Pertanyaan Jawaban 13 Setelan

V. Keunggulan Bersaing (Y)

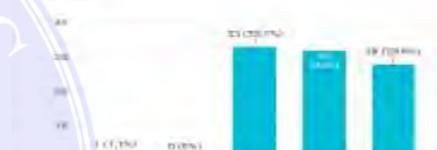
Produk Lontong Malam Bang Majid tidak memiliki keunikan yang dapat menarik minat beli konsumen

94 jawaban



Pelayanan di warung Lontong Malam Bang Majid sangat istimewa atau berbeda dengan yang lain

94 jawaban



Harga Lontong Malam Bang Majid juga sangat terjangkau

94 jawaban



Produk Lontong Malam Bang Majid mudah di tiru oleh kompetitor yang lain

94 jawaban



Tidak ada lontong yang lain yang sama rasanya dengan Lontong Malam Bang Majid

94 jawaban



LAMPIRAN 3 OUTPUT HASIL UJI STATISTIKA

1. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

A. Uji Validitas Data

Distribusi Jawaban Responden Uji Validitas Diferensiasi Produk (X1)

		Correlations					
		Diferensiasi _Produk_01	Diferensiasi _Produk_02	Diferensiasi _Produk_03	Diferensiasi _Produk_04	Diferensiasi _Produk_05	Total
Diferensi asi_Prod uk_01	Pearson Correlation	1	,453*	,660**	,464**	,563**	,837**
	Sig. (2-tailed)		,012	,000	,010	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensi asi_Prod uk_02	Pearson Correlation	,453*	1	,394*	,498**	,214	,745**
	Sig. (2-tailed)	,012		,031	,005	,257	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensi asi_Prod uk_03	Pearson Correlation	,660**	,394*	1	,486**	,319	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,031		,006	,085	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensi asi_Prod uk_04	Pearson Correlation	,464**	,498**	,486**	1	,235	,724**
	Sig. (2-tailed)	,010	,005	,006		,211	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensi asi_Prod uk_05	Pearson Correlation	,563**	,214	,319	,235	1	,635**
	Sig. (2-tailed)	,001	,257	,085	,211		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,837**	,745**	,729**	,724**	,635**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Distribusi Jawaban Responden Uji Validitas Diferensiasi Layanan(X2)

Correlations							
		Diferensiasi _Layanan_ 01	Diferensiasi _Layanan_0 2	Diferensiasi _Layanan_ 03	Diferensia si_Layana n_04	Diferensiasi _Layanan_0 5	Total
Diferensia si_Layana n_01	Pearson Correlation	1	,548**	,331	,205	,564**	,771**
	Sig. (2- tailed)		,002	,074	,278	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensia si_Layana n_02	Pearson Correlation	,548**	1	,081	,290	,409*	,739**
	Sig. (2- tailed)	,002		,672	,120	,025	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensia si_Layana n_03	Pearson Correlation	,331	,081	1	,347	,469**	,589**
	Sig. (2- tailed)	,074	,672		,060	,009	,001
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensia si_Layana n_04	Pearson Correlation	,205	,290	,347	1	,206	,601**
	Sig. (2- tailed)	,278	,120	,060		,274	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Diferensia si_Layana n_05	Pearson Correlation	,564**	,409*	,469**	,206	1	,733**
	Sig. (2- tailed)	,001	,025	,009	,274		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,771**	,739**	,589**	,601**	,733**	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	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).							

Distribusi Jawaban Responden Uji Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

Correlations							
		Keunggulan _Bersaing_ 01	Keunggulan _Bersaing_ 02	Keunggulan _Bersaing_ 03	Keunggulan _Bersaing_ 04	Keunggulan _Bersaing_ 05	Total
Keunggulan _Bersaing_ 01	Pearson Correlation	1	,121	,174	-,006	,273	,547**
	Sig. (2- tailed)		,525	,358	,976	,144	,002
	N	30	30	30	30	30	30
Keunggulan _Bersaing_ 02	Pearson Correlation	,121	1	,715**	,446*	,477**	,742**
	Sig. (2- tailed)	,525		,000	,014	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Keunggulan _Bersaing_ 03	Pearson Correlation	,174	,715**	1	,380*	,309	,693**
	Sig. (2- tailed)	,358	,000		,038	,097	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Keunggulan _Bersaing_ 04	Pearson Correlation	-,006	,446*	,380*	1	,627**	,676**
	Sig. (2- tailed)	,976	,014	,038		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Keunggulan _Bersaing_ 05	Pearson Correlation	,273	,477**	,309	,627**	1	,785**
	Sig. (2- tailed)	,144	,008	,097	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,547**	,742**	,693**	,676**	,785**	1
	Sig. (2- tailed)	,002	,000	,000	,000	,000	
	N	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).							

B. Uji Reliabilitas Data

Diferensiasi Produk (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,768	,790	5

Diferensiasi Layanan (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,710	,725	5

Keunggulan Bersaing (Y)

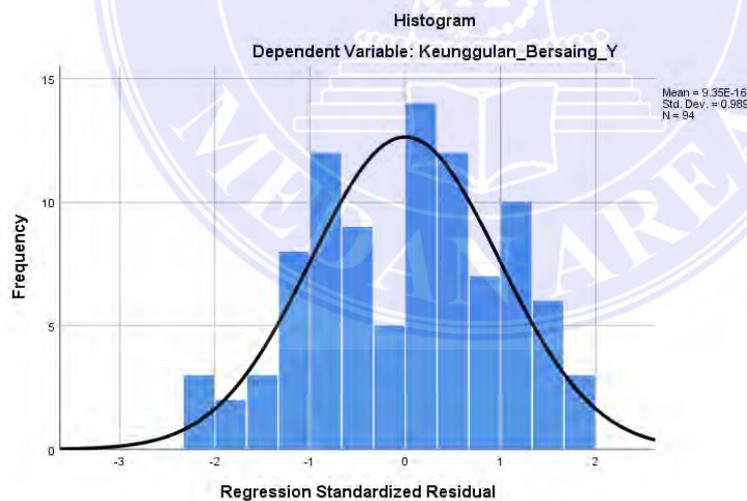
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,688	,730	5

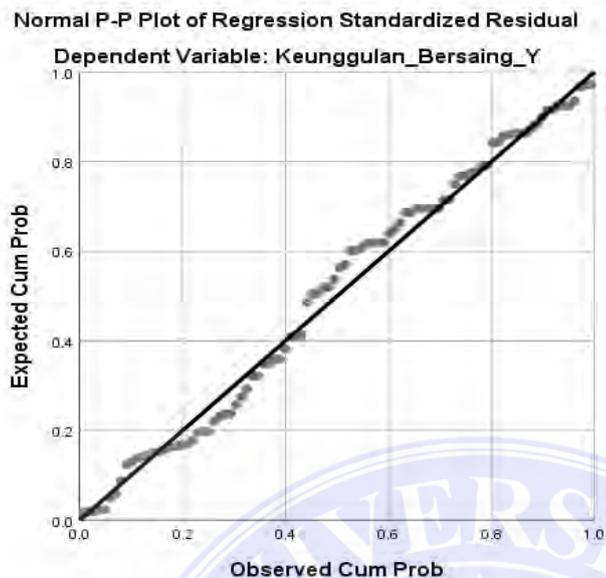
2. UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.130	1.689		1.262	.210		
	Diferensiasi _Produk_X1	.164	.072	.165	2.280	.025	.860	1.163
	Diferensiasi _Layanan_X2	.711	.075	.689	9.504	.000	.860	1.163

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing_Y

3. UJI ASUMSI KLASIK

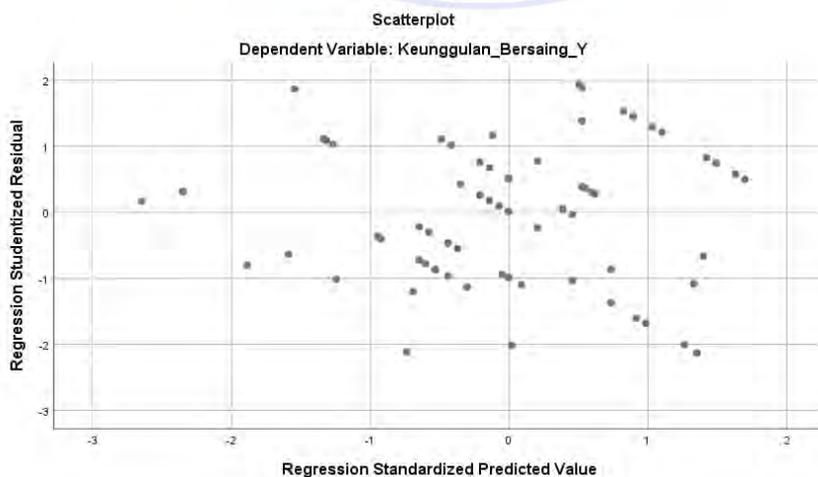




Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Diferensiasi_Produk_X 1	.860	1.163
	Diferensiasi_Layanan_ X2	.860	1.163

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing_Y



4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.130	1.689		1.262	.210
Diferensiasi_Produk_X1	.164	.072	.165	2.280	.025
Diferensiasi_Layanan_X2	.711	.075	.689	9.504	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing_Y

b. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	527.014	2	263.507	64.994	.000 ^b
	Residual	368.943	91	4.054		
	Total	895.957	93			

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing_Y

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi_Layanan_X2, Diferensiasi_Produk_X1

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.767 ^a	.588	.579	2.01353	.588	64.994	2	91	.000

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi_Layanan_X2, Diferensiasi_Produk_X1

b. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing_Y

LAMPIRAN 4 SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas : ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1577/832/01.1/ XI / 2021 17 November 2021
 Lamp. :
 Perihal : Izin Research / Survey

Kepada, Yth
 Lontong Malam Bang Majid

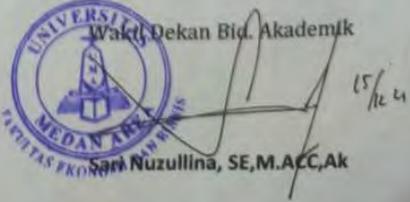
Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan,
 mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : RIMMA HOTMAULI SIMAMORA
 N P M : 188320019
 Program Studi : Manajemen
 Judul : Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lontong Malam Bang Majid

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Wakil Dekan Bid. Akademik
 Sam Nuzullina, SE, M.ACC, Ak

LAMPIRAN 5 SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN



LONTONG MALAM BANG MAJID
KECAMATAN MEDAN PETISAH
KELURAHAN SEI PUTIH TENGAH
Jl. Ayahanda No 2F Kode Pos : 20118

SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor: 421/002/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabrina Siregar
Jabatan : Pemilik Usaha

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Rimma Hotmauli Simamora
Npm : 188320019
Jurusan/Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Lontong Malam Bang Majid.

Telah selesai melakukan penelitian di Jl. Ayahanda No. 2F Kota Medan Sumatera Utara dengan judul : **PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN DIFERENSIASI LAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA LONTONG MALAM BANG MAJID.**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Sekian dan Terimakasih

Medan, 21 Januari 2022

PEMILIK USAHA
LONTONG
BANG MAJID
Jl. Ayahanda No. 2F Kota Medan
HP: 081262768750 / 0817766625
Sabrina Siregar