

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing pada Kedai Janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo

Baiq Rielta Raisya Karinda*, Lisa Sulistyawati

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*Correspondence email: baiqrielta11@gmail.com, lisa_adi50@yahoo.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada Kedai Kopi janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen dari kedai kopi janji jiwa sepanjang sidoarjo dengan kriteria Laki/Perempuan. Sampel yang diperlukan sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari objek peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Dengan demikian hasil penelitian ini yakni secara simultan dan parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada kedai kopi janji jiwa sepanjang sidoarjo.

Kata kunci: Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Keunggulan Bersaing.

Abstract. *This study aims to understand and determine the effect of product quality and service quality on competitive advantage at the Promised Spirit Coffee Shop throughout Sidoarjo. The population used in this study were buyers or consumers of the coffee shop in the promise of soul throughout Sidoarjo with Male/Female criteria. The sample required is 100 respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling. The type of data used in this study is primary data, namely data collected or obtained directly from the object researcher. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. Thus, the results of this study are that simultaneously and partially product quality and service quality have a significant effect on competitive advantage at the Promise Jiwa coffee shop throughout Sidoarjo.*

Keywords: *Product quality; Service Quality Competitive Advantage.*

PENDAHULUAN

Pemasaran memegang peranan penting membantu suatu perusahaan agar dapat berfungsi dengan baik. Berhasil atau tidaknya suatu usaha sangat dipengaruhi oleh persaingan. Ini dapat membantu organisasi mengetahui apa yang perlu dilakukan untuk memenangkan persaingan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk berhasil dalam pasar yang sangat kompetitif, setiap perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang memanfaatkan keunggulan kompetitifnya. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan yang membuatnya lebih berhasil daripada para pesaingnya dengan meningkatkan upayanya. Dalam industri Teknologi Informasi dan Komunikasi, perusahaan sering kali berusaha mendapatkan keuntungan dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi. Produk merupakan bagian penting dari strategi perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam persaingan, perusahaan harus menyediakan produk berkualitas yang menawarkan nilai lebih kepada konsumen (Kotler & Armstrong, 2012). Tidak hanya produk dan layanan yang berkualitas perlu dipertimbangkan saat melakukan pembelian, tetapi layanan pelanggan juga harus dipertimbangkan. Ini akan mendapatkan nilai tambah tersendiri bagi organisasi dengan menganalisis apa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan perlu menjadi prioritas utama bagi perusahaan, karena berdampak langsung terhadap daya saing dan profitabilitas perusahaan.

Ada banyak tren yang berbeda dalam bisnis makanan dan minuman saat ini. Popularitas minum kopi telah berkembang sepanjang waktu dan saat ini menjadi gaya hidup banyak orang. Dengan berubahnya gaya hidup masyarakat, maka semakin terbuka pula peluang untuk berkembangnya tempat-tempat hiburan dan pergeseran gaya hidup masyarakat ke arah lebih banyak berkumpul dan berinteraksi. Kedai kopi Janji Jiwa pertama kali buka di Sepanjang pada awal tahun 2018 di Jl. Raya Wonocolo No.74, Wonocolo, Kec. Taman, Kabupaten Sidoarjo. Kedai Kopi Janji Jiwa menyajikan beragam minuman kopi dan non kopi dari seluruh Indonesia, antara lain es kopi susu, es kopi latte kedelai, kopi jelly, dan es madu yuzu. Harga di Kedai Kopi Janji Jiwa berkisar antara Rp. 18.000 menjadi Rp. 30.000.

Tabel 1
Top Brand Index Kedai Kopi Berdasarkan Data Penjualan 2021

TOP BRAND INDEX FASE 1 2021		
KEDAI KOPI		
BRAND	TBI 2021	
Janji Jiwa	39.5%	TOP
Kenangan	36.7%	TOP
Kulo	12.4%	TOP
Fore	6.4%	

* Kategori online dan offline

Sumber : Daftar Top Brand produk kedai kopi 2021 (topbrand.com)

Tabel 1 menjelaskan bahwa kedai kopi menduduki posisi pertama dari keempat pesaing lain dengan jumlah presentase 39,5%. Untuk mempertahankan konsumen dan peningkatan bersaing dibutuhkan peningkatan upaya dalam memperbaiki, menciptakan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Konsumen akan lebih cenderung menyukai produk dan jasa yang memberikan manfaat atau keunggulan. Konsumen tidak perlu beralih jika perusahaan mencapai keunggulan ini. Pesaing coffe shop yang berada di Sepanjang yaitu Beli Kopi dan Tentang Kopi tidak masuk dalam menduduki Top Brand seperti Kedai Kopi Janji Jiwa.

Menurut Wijayanto (2013), sebuah perusahaan mencapai ketika datang untuk mengembangkan pendekatan pengembangan nilai yang perusahaan lain tidak menjejar pada saat yang sama. Kapasitas untuk merancang metode yang menempatkan pada posisi yang lebih baik daripada pesaing dikenal sebagai keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif tercipta ketika konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai lebih dari transaksi mereka daripada pesaing mereka (Hermawan, 2015). Pemasaran merupakan kegiatan yang menjadi semakin penting dalam dunia persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini. sangat penting dan dilakukan oleh pelaku bisnis guna untuk mempertahankan bisnisnya dan dapat mengalahkan pesaing. Menurut Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan orang. Pemasaran adalah proses memenuhi kebutuhan pelanggan secara menguntungkan. Manajemen pemasaran dengan demikian dapat didefinisikan sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi (Roy, 2019).

Perusahaan yang memproduksi barang-barang berkualitas tinggi sering kali peduli dengan memastikan bahwa produk mereka berkualitas tinggi. Kualitas produk, menurut Kotler dan Armstrong (2012) adalah *The most important characteristic of a service product for customers is its ability to meet their needs*, Artinya kualitas produk adalah ciri barang dan jasa yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Keunggulan bersaing dapat mengacu pada keunggulan apapun yang menciptakan nilai bagi perusahaan untuk bersaing dan menghasilkan laba di atas rata-rata (Scarborough & Zimmerer, 1996). Menurut Porter (1990) bahwa keunggulan kompetitif perusahaan adalah adalah kunci keberhasilannya di pasar. Kerjasama dapat menciptakan keuntungan strategis bagi perusahaan, karena mereka dapat bekerja sama untuk menciptakan keunggulan di pasar. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengeahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada Kedai Kopi janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo.

METODE

Data berasal dari jawaban responden yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Objek kuantitatif ini berfokus pada analisis statistik data numerik (angka) untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini, menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang mencakup 2 variabel bebas (X) yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) serta 1 variabel terikat yaitu keunggulan bersaing (Y). Menurut Sugiyono (2014), populasi mengacu pada sekelompok hal atau orang yang memiliki ciri-ciri tertentu dan dipilih untuk diteliti oleh peneliti. Mereka kemudian menarik kesimpulan tentang kelompok secara keseluruhan. Semua pelanggan dan pengunjung Kedai Kopi Promise Jiwa diikutsertakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian dari populasi dilihat dari ukuran dan karakteristiknya. Besar sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan *unknown population*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling, tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti melalui upaya pengumpulan data

secara langsung pada objek penelitian. Data primer diperoleh dari penelitian berdasarkan tanggapan responden, dalam hal ini konsumen atau pengunjung yang memilih Kedai Kopi Janji Jiwa dan data yang diperoleh berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh responden. Sumber Data didapat dari data eksternal yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Dalam hal ini ditentukan dari tanggapan responden yang memenuhi syarat dan menanggapi survei yang dibagikan.

HASIL

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Sig	r tabel	Kesimpulan
Kualitas Produk(X1)	X1.1	0,914	0.000	0,1946	Valid
	X1.2	0,892	0.000	0.1946	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,917	0.000	0,1946	Valid
	X2.2	0,916	0.000	0,1946	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Y1.1	0,886	0.000	0,1946	Valid
	Y1.2	0,901	0.000	0,1946	Valid
	Y1.3	0,864	0,000	0,1946	Valid

Sumber : Data olahan

Tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil pengujian validitas pada semua indikator variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan valid, karena nilai korelasi lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel penelitian telah valid. Tabel 2 dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk (x1), variabel kualitas pelayanan (x2), variabel keunggulan bersaing (y) ialah nilai alpha (r hitung) Semua variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,60 dikatakan Reliabel. Tabel 3 hasil uji normalitas di atas, Anda dapat melihat signifikansi dari Asymp.Sig. (2-tailed) Dari 0,446 > 0,05. Dari sini, dapat menyimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Minimum	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,895	0,60	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,902	0,60	Reliabel
3	Keunggulan Bersaing (Y)	0,855	0,60	Reliabel

Sumber : Data olahan

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27673209
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.109
	Negative	-.156
Test Statistic		.156
Asymp. Sig. (2-tailed)		.446 ^c

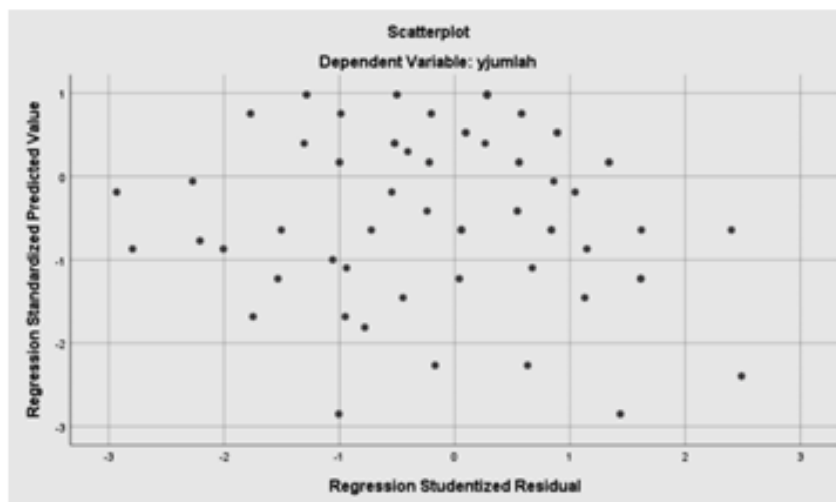
Sumber : Data olahan

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel Bebas	Colinearity Statistic		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Kualitas Produk (X1)	0,536	1,866	Non Multikolinier
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,536	1,866	Non Multikolinier

Sumber : Data olahan

Tabel 4 hasil perhitungan multikolinearitas dengan nilai VIF dapat diketahui bahwa untuk semua variabel mempunyai hasil VIF di bawah nominal 10 pada nilai tolerance dalam penelitian ini $> 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas pada penelitian ini tidak ditemukan gejala Multikolinearitas. Sedangkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas pada model regresi dan layak untuk digunakan. Sedangkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa Nilai Durbin Watson pada model Summary adalah 1,993. Maka dapat ditarik kesimpulan terjadi autokorelasi negatif karena nilai Durbin Watson 2,132 yang menunjukkan angka D-W bernilai $+2$



Sumber : Data olahan

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedasitas

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,795	,632	,624	,83817	1,993

Sumber : Data olahan

Tabel 6
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,068	,969		1,102	,273
Kualitas Produk	,977	,132	,623	7,397	,000
Kualitas Pelayanan	,380	,141	,227	2,695	,008

Sumber : Data olahan

Tabel 6 menjelaskan bahwa: nilai konstanta (a) adalah 1,068. Dengan demikian berarti nilai Keunggulan Kompetitif (Y) adalah 1,068, dengan asumsi kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) konstan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,977 dan koefisien regresi bertanda positif. Dalam hal ini berarti bahwa untuk setiap 1 unit peningkatan kualitas produk (X1), maka keunggulan bersaing (Y) meningkat sebesar 0,977 unit, dengan asumsi variabel lainnya, kualitas layanan (X2), adalah konstan. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,380 dan bertanda positif terhadap koefisien regresi. Dalam hal ini berarti bahwa untuk peningkatan kualitas pelayanan (X2) sebesar 1 satuan, variabel lain, maka jika kualitas produk (X1) konstan, maka keunggulan bersaing (Y) meningkat sebesar 0,380 unit.

Tabel 6 juga dapat diketahui uji parsial pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y), yaitu t-hitung $>$ ttabel yaitu $7,448 > 1,985$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dinyatakan bahwa variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y). Sementara uji parsial pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) diketahui bahwa t-hitung $>$ t-tabel yaitu $2,291 > 1,985$ artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y). Kualitas produk memiliki dampak positif

pada keunggulan kompetitif. Penelitian ini penelitian Novitasari, Muniroh, Eldine, & Maulana (2021), Namun bertentangan dengan penelitian Pratiwi (2020). Sementara variabel kualitas pelayanan untuk keunggulan memiliki dampak positif pada keunggulan kompetitif. Hasil penelitian ini didukung penelitian Rizqi & Deni (2020).

Tabel 7
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	276,626		138,313	83,138	,000a
Residual	161,374	97	1,664		
Total	438,000	99			

Sumber : Data olahan

Tabel 7 dapat diketahui F-hitung (83.138) > F-tabel (3.090) berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) memiliki pengaruh yang besar terhadap keunggulan bersaing (Y) secara bersamaan. Hasil analisis uji F, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap keunggulan bersaing secara bersamaan. Oleh karena itu, ketika kualitas produk dan kualitas layanan meningkat bersama-sama, maka keunggulan bersaing juga meningkat.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel kualitas produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) Kedai Kopi Janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo. Variabel kualitas produk (X₁) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) Kedai Kopi Janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo. Variabel kualitas pelayanan (X₂) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) Kedai Kopi Janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, H. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Concepto de marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 2.
- Novitasari, D., Muniroh, L., Eldine, A., & Maulana, H. 2021. Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 194-201.
- Porter, Michael, E. 1990. *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Pratiwi, Ade. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Pada Usaha Resto Ayam Presto Cabe Hijau. *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 27-29.
- Rizqi, A., & Deni, M. D. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada : pelanggan Hotel Berbintang di Kota Sukabumi). *Jurnal Mahasiswa Ekonomi*, 3(1), 68-78.
- Roy, W. 2019. Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran : Orientasi Pasar, *Orientasi Kewirausahaan*. 79-91.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. 1996. *Effective small business management: An entrepreneurial approach*.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Wijayanto. 2013. *Pengantar manajemen*. Gramedia Pustaka Utama.