

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing minuman boba pattaya. Kualitas pelayanan yang meliputi Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Sementara itu inovasi produk meliputi Keunggulan Relatif Keserasian/Kesesuain, Kekompleksan, Ketercobaan, Keterlihatan. Penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Hair yakni sebanyak 65 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner dalam bentuk google form. Pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu sampling purposive. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan Inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing minuman boba pattaya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality and product innovation on the competitive advantage of Pattaya boba drinks. Quality of service which includes Direct Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. Meanwhile, product innovation includes Relative Advantage, Compatibility, Complexity, Testability, Visibility. This research was calculated based on the Hair formula, namely 65 respondents. The data collection technique used was a questionnaire in the form of a Google form. Sampling used a nonprobability sampling technique, namely purposive sampling. The data analysis method uses descriptive methods and quantitative methods, namely multiple linear regression analysis using SPSS version 26 analysis tools. The results of this research show that service quality and product innovation have a positive and significant influence partially and simultaneously on the competitive advantage of Pattaya boba drinks.

Keywords : service quality, product innovation, competitive advantage