

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen memiliki reliabilitas yang baik jika koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari $> 0,70$. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- i. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- ii. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel (Sulistyo, 2019). Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 5.8 di bawah ini:

Tabel 5.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan	Interpretasi
Kualitas Pelayanan (X1)	0.702	Reliabel	Sangat Kuat
Lokasi Usaha (X2)	0,733	Reliabel	Sangat Kuat
Keunggulan Bersaing (Y)	0,803	Reliabel	Sangat Kuat

Sumber: Diolah Data Primer 2024

Hasil uji reliabilitas pada Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari tiga variabel yang diteliti adalah reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 . Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018), nilai korelasi yang

berada di dalam interval 0,600 – 0,799 memiliki tingkat korelasi yang sangat kuat.

5.1.3 Hasil Uji Prasyarat Asumsi Klasik

Tahapan pertama pelaksanaan analisis pada penelitian ini melalui uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Model regresi yang memenuhi kriteria BLUE dapat digunakan sebagai estimator yang terpercaya dan handal dimana estimator tersebut dinyatakan tidak bias, konsisten, berdistribusi normal dan juga efisien. Untuk mengetahui apakah model regresi yang akan digunakan telah memenuhi kriteria BLUE maka perlu dilakukan serangkaian pengujian yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, yang akan dibahas lebih lanjut satu per satu dibawah ini :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Untuk uji normalitas, penelitian ini menggunakan Teknik uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan pedoman sebagai berikut:

- i. Hipotesis diterima apabila $p \text{ value (Sig)} \geq 0.05$
- ii. Hipotesis ditolak apabila $p \text{ value (Sig)} < 0.05$

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas

menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan untuk perhitungannya menggunakan program SPSS ver 24.00 for windows.

Hasil uji normalitas untuk variabel penelitian disajikan berikut ini :

Tabel 5.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,68166291
Most Extreme Differences	Absolute	,127
	Positive	,059
	Negative	-,127
Test Statistic		,127
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan uji regresi,

dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- i. Jika nilai VIF di sekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati 1, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- ii. Jika koefisien antar variabel bebas kurang dari 0.5, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkolerasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada Tabel 5.10 di bawah ini:

Tabel 5.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.920	1,087
.920	1,087

Sumber : Diolah Data Primer, 2024

Dari Tabel 5.10 di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

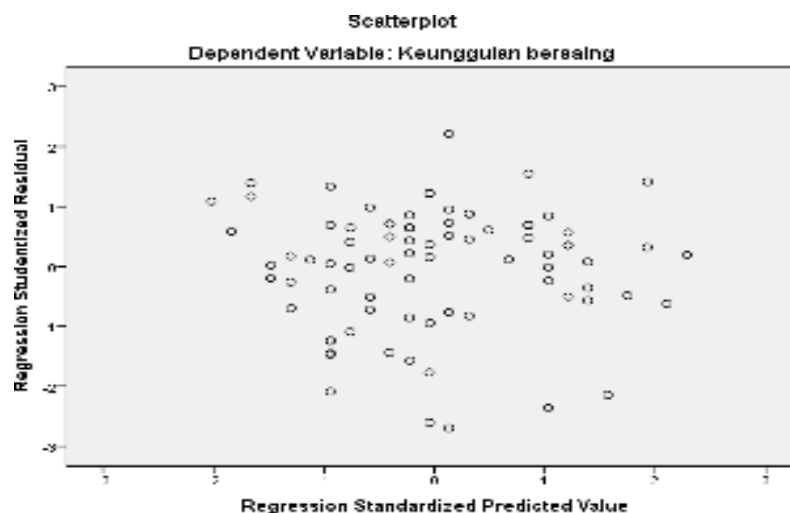
c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas* dan untuk mengetahui adanya *heteroskedastisitas* dengan menggunakan *scatterplot*. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Pada model regresi.

Berikut ini adalah hasil uji *heteroskedastisitas* terhadap model regresi pada penelitian ini.

Gambar 5.1

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan Gambar 5.1 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut.

Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini layak digunakan untuk memprediksi keunggulan bersaing (Y) berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi usaha (X_2).

5.1.4 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Pelaksanaan uji prasyarat dilakukan dengan program SPSS ver 24.00 for Windows. Pada Tabel hasil uji koefisien regresi berdasarkan kedua variabel independent yaitu kualitas pelayanan, dan lokasi usaha terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing untuk persamaan regresi dapat ditunjukkan pada Tabel 5.11 dibawah ini :

Tabel 5.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	42,281	3,500		12,080	,000
Kualitas Pelayanan	,297	,099	,333	3,012	,003
Lokasi Usaha	-,001	,135	,000	-,004	,996

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

(Sumber: Diolah Data Primer 2024)

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang diketahui dapat menguji pengaruh variabel independent terhadap satu variabel dependen. Persamaan regresi dapat dilihat dari Tabel hasil uji *coefficients*. Pada Tabel ini dibaca adalah nilai dalam kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta (α) dan baris selanjutnya menunjukkan konstanta dari masing-masing variabel independent. Berdasarkan Tabel 5.6 di atas maka persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{KEUNGGULAN BERSAING } Y = 42,281 + 0,297 X_1 - 0,001 X_2 + e$$

1. Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas, diketahui mempunyai konstanta sebesar 42,281. Besaran konstanta menunjukkan bahwa variabel-variabel independent (kualitas pelayanan X_1 dan Lokasi usaha X_2) diasumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu Keunggulan bersaing Y akan naik sebesar 42,281%.
2. Koefisien variabel Kualitas pelayanan $X_1 = 0,297$ berarti setiap kenaikan kualitas pelayanan X_1 sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan Keunggulan bersaing Y sebesar 0,297%.
3. Koefisien variabel Lokasi usaha $X_2 = -0,001$ berarti setiap penurunan Lokasi usaha X_2 sebesar 1% maka akan menyebabkan penurunan Keunggulan bersaing sebesar 0,001%.

5.1.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian bertujuan untuk membuktikan “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi usaha Terhadap Keunggulan bersaing PT. Eleven Komputer Kota Jambi”.

Adapun hasil pengujian hipotesis berdasarkan Uji-t dan Uji-F disajikan sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji T (Test T) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sugiyono, 2019).

Berikut ini adalah Pengujian hipotesis dengan $\alpha = 5\%$. Sedangkan derajat bebas pengujian adalah $n - k = 82 - 3 = 79$ Maka t-tabel pada uji-t ditetapkan sebesar **1.66437**. Selanjutnya uji pengaruh parsial (uji-t) dapat dilihat pada Tabel 5.12 dibawah ini :

Tabel 5.12
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a		Standardized	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	42,281	3,500		12,080	,000
Kualitas Pelayanan	,297	,099	,333	3,012	,003
Lokasi Usaha	-,001	,135	,000	-,004	,996

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

Sumber : Diolah Data Primer, (2024).

Berdasarkan Tabel 5.12 diatas dapat dilihat bahwa, Langkah-langkah dalam Uji-t adalah berdasarkan nilai probabilitas. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka hipotesis yang diajukan diterima atau dikatakan signifikan. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka hipotesis yang diajukan ditolak atau dikatakan tidak signifikan. Untuk mengetahui koefisien variabel Kualitas pelayanan (X_1) dan Lokasi usaha (X_2) terhadap variabel Keunggulan bersaing (Y) maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

i. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Variabel kualitas pelayanan (X_1) Nilai t_{hitung} adalah 0,312 dan nilai t_{tabel} adalah 1,66437, maka $t_{\text{hitung}} 0,312 \geq t_{\text{tabel}} 1,66437$ dengan tingkat signifikansi ($0,03 \leq 0,05$) sehingga dapat dinyatakan secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) pada PT. Eleven Komputer Kota Jambi. *Artinya dapat disimpulkan H_1 diterima H_0 ditolak, karena terdapat pengaruh X_1 terhadap Y .*

ii. Pengujian Hipotesis Ke-Dua (H2)

Variabel lokasi usaha (X_2) Nilai t_{hitung} adalah -0,004 dan nilai t_{tabel} adalah 1,66437, maka $t_{\text{hitung}} -0,004 \leq t_{\text{tabel}} 1,66437$ dengan tingkat signifikansi ($0,996 \geq 0,05$) sehingga dapat dinyatakan secara parsial variabel lokasi usaha (X_2) tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) pada PT. Eleven Komputer

Kota Jambi. *Artinya dapat disimpulkan H_2 ditolak H_0 diterima, karena tidak terdapat pengaruh X_2 terhadap Y .*

b. Uji Simultan (Uji-F)

Adapun uji pengaruh serempak (uji-F) dapat dilihat pada Tabel 5.8 berikut ini :

Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji-F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2019) :

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima.

Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 ditolak.

Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Tabel 5.13

Hasil Uji Signfikansi Serempak (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	221,389	2	110,694	4,926	,010 ^b
Residual	1775,355	79	22,473		
Total	1996,744	81			

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

b. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada Tabel 5.13 di atas dapat diketahui bahwa hasil uji-F menunjukkan f-hitung sebesar 4,926 dengan signifikansi sebesar 0,010. Nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh tidak signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keunggulan bersaing sehingga hipotesis ke-3 yang diajukan tidak terbukti dan ditolak. Dalam artian setiap perubahan yang terjadi pada variabel independen yang terinci dalam kualitas pelayanan dan lokasi usaha secara simultan tidak akan berpengaruh pada keunggulan bersaing pada PT. Eleven Komputer Kota Jambi.

iii. Pengujian Hipotesis Ke-Tiga (H3)

Pada Tabel 5.13 dapat dilihat bahwa hasil perolehan F_{hitung} pada kolom F yakni sebesar 4,926 dengan tingkat signifikansi 0,010, dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, atau dengan kata lain pada Tabel ANOVA berdasarkan kriteria pengujian hipotesis diperoleh F_{hitung} sebesar $4,926 \geq F_{\text{tabel}} 3,11$ dengan nilai tingkat signifikansinya $(0,010 \geq 0,05)$, menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi usaha (X_2) secara serempak berpengaruh positif tidak signifikan terhadap variabel dependen keunggulan bersaing (Y) Pada PT. Eleven Komputer Kota Jambi. *Artinya dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima H_0 ditolak, karena secara simultan terdapat pengaruh tidak signifikan X_1 dan X_2 terhadap Y .*

i. Pengujian hipotesis Ke-Empat (H4)

Besarnya variabel independen mempengaruhi variabel dependen dapat dilihat pada melalui analisis jalur yang menghubungkan variabel independen ke variabel dependen, adapun besaran masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing melalui partial dengan symbol r^2 dapat diketahui besarnya pengaruh parsial antar variabel. Koefisien determinasi ini dapat mengkuadratkan koefisien partial dengan symbol r , untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.14 berikut ini :

Tabel 5.14
Collinearity

Collinearity Statistics						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Qualitas Pelayanan	Lokasi Usaha
1	1	2,938	1,000	,80	,80	,00
	2	,806	19,877	,13	,00	,97
	3	,015	14,363	,06	,03	,92

a. R-squared equals 1.000 for Constant

Sumber : data primer diolah 2024

Berdasarkan Tabel 5.14 diatas, maka dapat diketahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing $(0,87)^2 = 0,7569$ atau 75,69%, selanjutnya besarnya pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing sebesar $(0,13)^2 = 0,0169\%$ atau 1,69%.

Berdasarkan hasil dari pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing, maka variabel yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing adalah kualitas pelayanan. *Artinya dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_4 kualitas pelayanan terbukti variabel yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing.*

5.1.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 dalam *Model Summary* untuk pengujian koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 5.15 dibawah ini :

Tabel 5.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,333 ^a	,111	,088	4,741

a. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

Sumber data primer I diolah, 2024

Nilai R menerangkan tingkat hubungan antar variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Pada Tabel 5.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,333 atau 33.3%. Artinya hubungan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap variabel dependen yaitu keunggulan bersaing tergolong cukup kuat.

Pada Tabel. 5.15 diatas dapat dilihat bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,111 atau 11% . artinya variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan lokasi usaha dapat menerangkan variabel dependen yaitu keunggulan bersaing sebesar 11%. Sedangkan sisanya sebesar 88,91 diterangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan regresi pada penelitian ini.

Adjusted R Square merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarannya lebih mendekati mutu penjabakan persamaan, dari Tabel 5.15 di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square (R^2) adalah sebesar 0,088 atau 0,8%. Nilai *Standar Error Of Estimate* merupakan kesalahan standar dari penaksiran sebesar 4,74%.

5.2 Pembahasan

5.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y)

Berdasarkan uji secara parsial (uji-t) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) pada perusahaan PT. Eleven Komputer Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan Nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan adalah 0.312 dan nilai t_{tabel} adalah 1,66437 maka $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($0,312 \geq 1,66437$) dengan tingkat signifikansi ($0,03 \leq 0,05$).

Penelitian ini sejalan dengan hasil dari penelitian Hidayatullah, Syarif, et al (2019), dengan judul, "Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park

group." Selanjutnya Kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing.

Hal tersebut didukung oleh teori pelanggan (Tjiptono, 2017), kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan. Pendapat lain mengatakan kualitas pelayanan sebagai refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu (Asubonteng, Mccleary, & Swan, 1996). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh konsumen atau hasil yang dirasakan (Parasuraman, 2000).

Rakhmadian, Hidayatullah, Respati, & Malang, (2017), Kualitas dan pelayanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan. Tujuan utama dalam berbisnis adalah menghasilkan pelanggan yang puas dan setia yang akan terus menerus menjalin hubungan dengan perusahaan. Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata diterima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan dan inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima

melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

5.2.2 Pengaruh Lokasi Usaha (X_2) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y)

Berdasarkan uji secara parsial (uji-t) diketahui bahwa variabel lokasi usaha (X_2) secara statistik tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) pada PT. Eleven Komputer Kota Jambi. Hal ini ditunjukkan dengan variabel lokasi usaha (X_2) Nilai t_{hitung} adalah -0,004 dan nilai t_{tabel} adalah 1,66437, maka $t_{\text{hitung}} -0,004 \leq t_{\text{tabel}} 1,66437$ dengan tingkat signifikansi ($0,996 \geq 0,05$)

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyatmoko, Pramesty (2018), sebagaimana diketahui bahwa lokasi usaha secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan judul tentang, “Studi Kasus Pada Keunggulan Bersaing Sebagai Dampak Dari Lokasi Usaha Dan Inovasi Produk One Fried Chicken Cabang Rajawali Kota Bandung”. Secara empiris hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdul Kadir Jailani (2018), menunjukkan analisis deskriptif variabel lokasi usaha memiliki kategori kurang baik. Dengan judul “Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Lokasi Usaha Dan Diferensiasi Produk (Survey Pada Usaha Clothing Orion Store)”.

Dengan kata lain, Keputusan penentuan lokasi biasanya juga tergantung pada jenis bisnis apa yang dimiliki oleh para pengusaha tersebut. Misalnya saja untuk pengusaha yang memilih lokasinya dekat dengan lokasi industri memiliki strategi untuk meminimalkan biaya operasional perusahaan, sedangkan untuk lokasi dekat dengan gudang para pengusaha memikirkan agar biaya operasional dapat ditekan dan kecepatan pengiriman dapat dimaksimalkan. Di balik penentuan ini terdapat strategi penentuan lokasi yang harus diketahui oleh pemilik usaha dalam rangka memaksimalkan keuntungan pada lokasi mereka di kedepannya. Berbeda jenis perusahaannya maka akan berbeda pula faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi. Sebagai contoh sebuah usaha kuliner yang memilih lokasi dekat dengan pasar, transportasi terjamin, akses jalan mudah sehingga konsumen tidak kesulitan untuk menjangkau tempat kuliner tersebut. Lain halnya dengan perusahaan Es Batu yang lebih mempertimbangkan lokasi dekat dengan tenaga kerja untuk mendapatkan karyawan sekitar yang banyak dan meminimumkan biaya transportasi karyawan serta memaksimalkan jaringan vendor untuk dijadikan tujuan supply Es Batu.

Hal tersebut didukung dengan teori Harding (1978) menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi bisnis yaitu lingkungan masyarakat, sumber daya alam, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya transportasi, tanah untuk ekspansi, dan pembangkit tenaga listrik.

5.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi Usaha (X_2) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (Uji-F) dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan lokasi usaha (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai hasil perolehan F_{hitung} yakni sebesar 4,926 dengan tingkat signifikansi 0,010, dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$, atau dengan kata lain pada Tabel ANOVA berdasarkan kriteria pengujian hipotesis diperoleh F_{hitung} sebesar $4,926 \geq F_{\text{tabel}} 3,11$ dengan nilai tingkat signifikansinya ($0,010 \geq 0,05$). Artinya secara simultan berpengaruh positif tidak signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y .

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Haimda, et al (2023), yang menguji “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Es Jeruk Akang Jln.

Cendrawasih Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi)”. Pengujian hipotesis menggunakan uji-F menunjukkan bahwa

ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen keberhasilan usaha. Artinya, semakin tinggi frekuensi kualitas pelayanan dijalankan akan semakin baik atau semakin tinggi lokasi usaha di dalam sebuah usaha akan berdampak semakin tingginya keunggulan daya saing usaha PT. Eleven Kota Jambi.

Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing.

Hal ini didukung dengan teori Riyanti (2015), Pelayanan yang baik akan lebih mudah diingat oleh pelanggan, dan jika mereka puas, pelanggan akan kembali membeli kualitas produk tersebut. Arianto & Patilaya (2018), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta memenuhi harapan pelanggan dengan cepat. Kualitas ini berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan oleh pemilik bisnis kepada pelanggan. Termasuklah lokasi usaha terkait lokasi usaha teori Kotler (2018), menyatakan bahwa "Place include company activities that make the product available to target consumers." Menurut (Tjiptono, 2015), "lokasi" adalah istilah yang mengacu pada berbagai upaya pemasaran yang bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Teori diatas membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi usaha merupakan faktor keunggulan bersaing yang akan berampak pada peningkatan penjualan produk perusahaan tersebut.

Raeni Dwi Santy (2018) "Keunggulan kompetitif tidak dapat dipahami dengan melihat suatu perusahaan secara keseluruhan, tetapi memiliki keunggulan kompetitif asal, berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, mengirim dan mendukung produk-produknya". Artinya, semakin tinggi frekuensi kualitas pelayanan dilaksanakan dan semakin baik atau semakin tinggi

lokasi usaha di dalam sebuah perusahaan akan berdampak semakin tingginya pula keunggulan bersaing PT. Eleven Komputer Kota Jambi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Berdasarkan hasil uji-F variabel kualitas pelayanan dan lokasi usaha secara simultan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing PT. Eleven Komputer Kota Jambi.
2. Berdasarkan hasil uji-t secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing PT. Eleven Komputer Kota Jambi. .
3. Berdasarkan hasil uji-t secara parsial variabel lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing PT. Eleven Komputer Kota Jambi.
4. Hasil analisis koefisien determinasi dari seluruh variabel yang kemudian diperoleh nilai sebesar 0,333. Artinya variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan lokasi usaha sebesar 33,3% sedangkan sisanya sebesar 66,7 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar daripada penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Eleven Komputer Kota Jambi

- a) Saran untuk faktor pelayanan merupakan hal yang menjadi penentu akan kembalinya konsumen. Agar konsumen melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa, maka perusahaan perlu memberikan pelayanan yang baik dengan meningkatkan kualitas pelayanannya yang lebih baik lagi kedepannya kepada konsumen.
- b) Faktor keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh perusahaan. Mengingat banyaknya perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang sama agar dapat memenangkan persaingan, maka perlu sesuatu hal yang baru (*new brand*) untuk menjadikan daya tarik konsumen untuk tetap setia menggunakan jasa atau produk yang dihasilkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut dengan menggunakan faktor – faktor dan indikator lainnya yang belum dibahas dalam penelitian ini sehingga dapat mengembangkan lebih baik dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, A. Lopian, J. Massie, dan Imelda Ogi. 2016. The Influence Of Market Orientation And Product Innovation On Marketing Performance At PT. BPR Prisma Dana Amurang. *Jurnal EMBA Vol.4 No.1, hal. 1330-1339*, Universitas Sam Ratulangi.
- Abdul Kadir Jailani, Nur (2018). Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Lokasi Usaha Dan Diferensiasi Produk (Survey Pada Usaha Clothing Orion Store). Official URL: <http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=rea...>
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro. Kreatif: Pemasaran, Sumber Daya Manusia Dan Keuangan, Vi(2).
- Arraniri, I. (2019). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1).
- Fitriani, L. K. (2019). Analisis faktor-faktor yang meningkatkan daya saing produk UKM Makanan Ringan Di Kuningan. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1).
- Fadhilah, L. S. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Haryono , Siswoyo. (2017) *Metode SEM untuk penelitian Manajemen, AMOS,LISREL PLS* PT Luxima metro media 2017
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171-176.
- Hidayatullah, Syarif, et al. 2019. "Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group." *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*. Vol. 3.
- Harding, H.A. 1978. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Balai Aksara.
- [https://elevenkomputer.com/di akses 04 Juni 2024](https://elevenkomputer.com/di%20akses%2004%20Juni%202024).
- [http://datascripmall.id/di akses 04 Juni 2024](http://datascripmall.id/di%20akses%2004%20Juni%202024).

- Kotler, P. d. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Linanda, O., Musnaini, M., & Yuniarti, Y. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Toko Roti Kota Jambi)* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Lestari, N. I. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pedagang Pasar Tradisional Di Era Digital Marketing Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pasar Ciputat Kota Tangerang Selatan)* (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Mukhlis, M. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(1), 1-9.
- Maya, D. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Di Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Naibaho, M. (2022). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Tas Kebon Lega Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Nur Anwar, M. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Batik Diana Seberang Kota Jambi* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI).
- Puspitaningtyas, Zarah. 2017. Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Manajemen Keuangan Bisnis Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* Volume 7, Nomor 02, Oktober 2017
- Robbins, Stephen P & Mary Coulter. 2010. *Manajemen Jilid 1/Stephen P Robbins dan Mary Coulter diterjemahkan oleh Bob Sabran, Wibi Hardani.* –Esd.10, Cet13-.Jakarta: Erlangga.
- Rafli, A. (2022). *Pengaruh Variasi Menu Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Cafe Rumah 21 Coffee Kota Jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Riyanti. (2015). Pengaruh Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Kirana di Kabupaten Sleman. *Ekonomika dan Bisnis*(5), 1-16.
- Raeni Dwi Santy.2018. Entrepreneurial Competencies, Market Orientation and Its Effect on Business (Survey of Small and Medium Enterprises (SMEs) of Cibaduyut Shoes Bandung, West Java, Indonesia) *Jurnal Fakultas Ekonomi*

- Supriyati. 2015. *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Labkat Press.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syifa, F. L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Skripsi)*, Purwokerto.
- Syafarudin, A. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Laut Dalam Membangun Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada PT. Anugrah Sinar Laut Abadi Kota Jambi)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Siregar, A. Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Servis Bengkel Pada PT. Agung Toyota Sipin Kota Jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari Jambi).
- Saputra, A. B. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Bisnis Dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Sebagai Variabel Intervening Pada Resto Bale Bebakaran Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyatmoko, Pramesty. (2018). Studi Kasus Pada Keunggulan Bersaing Sebagai Dampak Dari Lokasi Usaha Dan Inovasi Produk One Fried Chicken Cabang Rajawali Kota Bandung. Official URL: <http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=rea...>
- Zhafran, F. (2023). *Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Operasional dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada UMKM Gudeg Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).