

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI	11
2.1 Keunggulan Bersaing	11
2.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	11
2.1.2 Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing	12
2.1.3 Kunci Keunggulan Bersaing	12
2.1.4 Pencapaian Keunggulan Bersaing	13
2.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing	14
2.2 Media Sosial	14
2.2.1 Pengertian Media Sosial	14
2.2.2 Pengertian <i>Instagram</i>	16
2.2.3 Indikator Media Sosial	18
2.3 Kualitas Pelayanan	19
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Hubungan Antar Variabel	26
2.5.1 Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	26
2.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing	26

2.6 Kerangka Pemikiran.....	27
2.7 Hipotesis.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Populasi dan Penarikan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.4 Definisi Konseptual Dan Operasional Variabel.....	30
3.4.1 Definisi Konseptual Variabel.....	30
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.5 Teknik Skala Pengukuran	32
3.6 Metode Pengumpulan Data	34
3.7 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	35
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	35
3.8 Uji Kualitas Data.....	35
3.8.1 Pengujian Validasi	35
3.8.2 Pengujian Realibilitas.....	35
3.9 Pengujian Asumsi Klasik	36
3.9.1 Uji Asumsi Normalitas.....	36
3.9.2 Uji Asumsi Multikolineritas.....	36
3.9.3 Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	36
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.11 Teknik Pengujian Hipotesis	37
3.11.1 Uji Simultan (Uji f)	37
3.11.2 Uji Parsial (Uji t).....	37
3.11.3 Koefisien Determinasi.....	38
BAB IV	39
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Singkat Kota Jambi	39
4.1.2 Letak Geografis Kota Jambi.....	39
4.2 Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan	43
BAB V.....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45

5.1 Hasil Pengumpulan Data.....	45
5.2 Analisis Statistik Deskriptif	50
5.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	60
5.3.1 Uji Validitas	60
5.3.2 Uji Reliabilitas	61
5.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	62
5.4.1 Uji Normalitas	62
5.4.2 Uji Multikolinearitas	63
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas	63
5.5 Persamaan Regresi Linear Berganda	64
5.6 Pengujian Hipotesis.....	66
5.6.1 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	66
5.6.2 Uji t (Uji Parsial).....	66
5.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	67
5.7 Pembahasan.....	68
BAB VI	72
KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Unit Usaha Bengkel Variasi Mobil	3
Tabel 1.2 Hasil Survei Awal Media Sosial <i>Instagram</i>	6
Tabel 1.3 Hasil Survei Awal Kualitas Pelayanan	7
Tabel 1.4 Hasil Survei Awal Keunggulan Bersaing.....	8
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Operasional Dimensi Variabel	31
Tabel 3.2 Pedoman Penskoran.....	33
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	34
Tabel 4.1 Nama Unit Usaha, Akun <i>Instagram</i> dan Alamat Bengkel.....	40
Tabel 5.1 Rentang Skala.....	47
Tabel 5.2 Tanggapan Responden Terkait Media Sosial <i>Instagram</i>	48
Tabel 5.3 Tanggapan Responden terkait Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 5.4 Tanggapan Responden terkait Keunggulan Bersaing.....	54
Tabel 5.5 Uji Validitas.....	57
Tabel 5.6 Uji Realibilitas.....	58
Tabel 5.7 Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 5.8 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	61
Tabel 5.9 Hasil Pengujian Hipotesis Uji F.....	62
Tabel 5.10 Hasil Pengujian Hipotesis Uji t.....	63
Tabel 5.11 Hasil Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1,1 Media Sosial Paling Sering Dipakai Di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bengkel Variasi Mobil Secara Umum.....	43
Gambar 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 5.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Gambar 5.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	48
Gambar 5.5 Hasil Pengujian Normalitas.....	62
Gambar 5.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64