PENGARUH INOVASI PRODUK DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA TOKO TAS KULIT *EXOTIC* 324 CIKUTRA KOTA BANDUNG

Muhamad Rian Tarmuji[1] **Trustorini Handayani**[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
muhammadrian155@yahoo.com

ABSTRACT

Fashion business growth in indonesia at the moment the more advanced it is proven by the large number of new venture that manages a wide range of products, therefore the current business world faced with increasingly tight competition. Exotic leather bag store 324 will have the threat from other companies in the same business first. Product innovation and business location is a very important factor in achieving competitive advantage with another company.

This research aims to find out how the response of consumers shop leather bag exotic 324 cikutra bandung on product innovation, competitive advantage and business location, as well as the influence of the location of product innovation efforts towards excellence compete either partially or simultaneously.

The research method used is descriptive and analytical methods verifikatif that consists of multiple linear analysis, classic assumption test, analysis of correlation and coefficient of determination used to measure the magnitude of the influence of product innovation and the location of the effort against the competitive advantage, the withdrawal of the sample using the method of sensus.

The results of this study indicate that the variable product innovation in partial effect significantly to competitive advantage, business locations and variables in partial effect significantly to competitive advantage. Simultaneously variable product innovation and effort shows results that have a positive influence significantly to competitive advantage.

Keyword**:** *Product Innovation, Business Location, And Competitive Advantage*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis *fashion* di Indonesia pada saat ini semakin mau, hal itu terbukti dgn banyaknya usaha baru yg mengelola berbagai macam produk. Maka dari itu saat ini dunia usaha dihadapkan pda persaingan yg semakin ketat. Untuk memasuki lingkungan usha yg kompetitif, sebuah usaha memerlukan suatu perencanaan untuk menciptakan msa dpn usahanya melalui perubahanperubahan yg dilaksanakan sejak skrg. Kondisi ini kemudian membawa dunia bisnis kepada pemikiranpemikiran baru yg lebih maju untuk mengimbangi laju persaingan yg semakin ketat.

Bisnis *fashion* sebagai arena berbelanja berupa pusatpusat pertokoan, store, butik, distro bermunculan di berbagai kota besar dan kecil. Hal tersebut tdk lepas dri tuntan kebutuhan masyarakat yg ingin menunjang penampilan agar tampak menarik dan lebih modis. Kondisi ini di dorong oleh semakin maraknya berbagai bisnis baru yang membuka peluang timbulnya bisnis *fashion* baik besar maupun kecil. Sampai saat ini terdapat banyak perusahanperusahan bisnis *fashion* lokal brand bersaing untuk menjadi yang terbaik untk menguasai pangsa pasar dlm negeri.

Bisnis *fashion* memang menjadi hal yang paling utama di dalam negeri khususnya Kota Bandung dijuluki sebagai kota *fashion* karena warganya cenderung kreatif dalam menghasilkan karya dan kesenian bangsa di industri *fashion*, banyak warga Bandung yang memproduksi beragam produk *fashion* untuk dijual kembali. Satu di antaranya adalah trend tas kulit yang dikhususkan bagi kaum hawa. *Trend* tas kulit memng tak prnah habis dimakan zaman, aplagi urusan *fashion*, tas kulit akan selalu menjadi pelengkap untk menunjang penampilan. Sebgai kiblat *fashion* Indonesia, Bandung juga menjadi salah satu sentra kerajinan tas kulit. Kawasan Bandung yang terkenal sebagai sentra tas kulit adalah Jalan Cikutra, Bandung. Di sepanjang jalan ini anda akan menemukan beberapa toko yang menjajakan tas kulit, satu di antaranya yang cukup terkenal adalah Toko Tas Kulit *Exotic* 324. (jabar.tribunnews.com)

Tas kulit *exotic* 324 dijalan Cikutra salah satunya menjadi sentra produksi tas kulit asli di Bandung. Tas kulit *exotic* 324 merupakan home industri yg ada dikawasan jalan Cikutra. Bisnis

tas kulit ini berawal sejak thn 2000 itupun jika ada pesanan dari teman-teman terdekat bapak Heru Yuhana sebagai pemilik. Kemudian Desember 2012, Bapak Heru Yuhana fokus membuat tas kulit *exotic* 324 hingga dikenal hingga saat ini. Saat itu launching pertama hnya lewat sosial media, yaitu whatsapp dan BBM Grup. tas kulit *exoticc* 324 juga sering mengisi booth di pameran tas kulit saat itu hingga sekarang. Berjalan sudah 4 tahun, pembeli tas kulit *exotic* 324 tidak hanya di Bandung. Beberapa negara yang sudah membeli produk tas kulit *exotic* 324 adalah Australia dan Jerman. (www.infobdg.com).

Dari survey yang diteliti oleh penulis diperoleh bahwa 60% menjawab tidak, kemudian penulis di kuatkan dengan hasil wawancara kepada para konsumen "ya memang tidak melihat keberanekaragaman jenis tas kulit *exotic* 324, dan juga pada toko tas kulit *exotic* 324 ini konsumen kurang melihat keunikan yang diciptakan pengusaha untuk meningkatkan kemenarikan untuk tokonya tersebut, sehingga konsumen tidak terlalu tertarik untuk membeli tas kulit pada toko tas kulit *exotic* 324 ini.

Selain variabel Inovasi produk terdapat variabel lain yang mempengaruhi inovasi produk yaitu Lokasi usaha, lokasi adalah faktor yang sangat penting dlm bauran eceran, pemilihan lokasi yg tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006:113 dalam penelitian Hendra Fure (2013:274).

Dari data yang sudah diperoleh yaitu 57% konsumen menjawab tidak, karena merasa bahwa lahan parkir yang kurang luas dan dikarenakan jika kendaraan roda 4 lebih dari 1 terparkir, maka tidak ada lahan parkir untuk kendaraan lain, kemudian penulis di perkuat oleh hasil wawancara responden "lokasi usaha toko tas kulit *exotic* 324 Cikutra kurang stratregis sehingga kurangnya konsumen yang memiliki keinginan untuk membeli pada toko tas kulit *exotic* 324"

Selain dari inovasi produk dan lokasi usaha, keunggulan bersaing sangat penting untuk diteliti. (Menurut Ekawati *et al.*, 2016) Dengan memiliki keunggulan bersaing maka perusahaan akn mampu brtahan untk melnjutkan hidup perusahaan. Keunggulan bersaing mutlak harus dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai kinerja atau sukses yang dihasilkan.

Dari data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa survei 60% menjawab tidak, kemudian konsumen membeli produk tas kulit *exotic* 324 bukan karena harganya yang terjangkau, hal ini diperkuat oleh hasil wawancara kepada responden, "karena harga yang ditawarkan kepada konsumen terlalu mahal dan tidak sesuai dengan pangsa pasar".

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung"

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis, peneliti memberikan identifikasi masalah yg akan dijadikan bahan peneliti sebagai berikut:

1. Produk yang ditawarkan oleh pengusaha Toko Tas Kulit Exotic 324 kurang beranekaragam.
2. Tidak ada strategi khusus dalam penjulan produk yang dilakukan pengusaha Toko Tas Kulit Exotic 324.
3. Lokasi Toko yang tidak cukup strategis untuk berjualan karena kurang adanya strategi yang pengusaha lakukan.
4. Harga produk cukup mahal, hanya untuk pelanggan tertentu, dan masih kurang banyak konsumen yang mengetahui Toko Tas Kulit Exotic 324.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Inovsi Produk pda toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
2. Bagaimana Lokasi Usaha pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
3. Bagaimana Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Inovasi Produk pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Lokasi Usaha pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung baik secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dri penelitian yg diteliti ini akan menambah pengetahuan dan bermanfaat kepada pembaca mengenai variabel yang ada dlm penelitian ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan dapat bermanfaat bagi penelitianpenelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a. Bagi Pihak Kampus
Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau masukan untuk peneliti selanjutnya di bidang manajemen bisnis.
b. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam meningkatkan Inovasi Produk dan Lokasi Usaha toko tas kulit *exotic* 324 cikutra agar dapat terus meningkatkan Keunggulan Bersaing.

2. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.1 Kajian Pustaka

a. Inovasi Produk

Menurut menurut Hurley & Hult (2012:83) menjelaskan bahwa inovasi produk adalah satu faktor dari suatu perubahan teknologi yang cepat dan variasi-variasi untuk menambah nilai suatu produk agar mampu memenangkan persaingan dari produk yang lain atau sebelumnya.

Menurut Kotler (2007:36) inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain.

b. Lokasi Usaha

Pemilihan Lokasi Usaha untuk memulai sebuah usaha merupakan salah satu hal yang sangat penting untk meraih kesuksesan. Dengan memilih lokasi usaha yang tepat akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Lokasi adalah faktor yang sangat penting dlm bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yg berlokasi kurang strategis, Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006:113 dalam penelitian Hendra Fure (2013:274).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:63) : "Lokasi adalah Tempat yg meliputi kegiatan perusahaan yg membuat produk tersedia bgi pelanggan sasaran.

c. Keunggulan Bersaing

Menurut Styagraha (1994:45) dala m Putu et al. (2013:67) ialah sebagai berikut: "Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan value added (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan".

Menurut H. Basri (2005:40) menyatakan keunggulan bersaing adalah sebagai berikut: Competitive advantage adalah kemampuan negara dalm memenangkan persaingan dengan negara yang lain.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Penelitian dari Aang Curatman (2016:61) inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka perusahaan dapat menciptakannya melalui kegiatan-kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya.

2.2.2 Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian Stijn Claessens and Neeltje van Horen (2008:1) Keputusan lokasi merupakan faktor penting dalam keunggulan bersaing.

2.2.3 Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut hasil penelitian dari Menurut hasil penelitian dari Erlina Utami (2013) yang menyatakan secara simultan Inovasi Produk dan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

2.3 Hipotesis

- H1: Variabel Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung
- H2:Variabel Lokasi Usaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung
- H3: Terdapat pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung

3. Metode Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa, "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah".

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis pada penelitian ini akan mendeskripsikan Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

Metode deskriptif ini di gunakan untuk mengetahui perkembangan Inivasi Produk, Lokasi Usaha, dan Keunggulan Bersaing.

Sedangkan Metode verifikatif menurut Sugiyono (2005:21) adalah membuktikan benar tidaknya sebuah cara ketika dijelaskan atau tanpa perbaikan yang sebelumnya pernah

dilakukan ditempat yang sama dalam kehidupan.

Tujuan dari metode verifikatif ini adalah sebagai pembuktian ketika melakukan pengujian hipotesis dari penelitian deskriptif dengan menggunakan perhitungan statistik ketika menguji pengaruh variabel Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing yang diteliti. Sehingga diperoleh buktibukti yang menunjukkan ditolak atau diterimanya sebuah hipotesis. Tujuan penggunaan metode penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti sehingga diperoleh kesimpulan yang memberi gambaran jelas mengenai objek yang diteliti. Adapun obyek penelitian yang di uji dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan sampel data inovasi produk, lokasi usaha, dan keunggulan bersaing pada toko tas kulit *exotic* 324 cikutra kota bandung. Sampel data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari konsumen toko tas kulit *exotic* 324 cikutra kota bandung dalam 4 bulan yaitu pada bulan september-desember 2017 adalah sebanyak 49 konsumen. Regresi linier berganda digunakan sebagai rancangan analisis data. Sedangkan ujji hipotesis menggunakan uji-f dan uji-t dengan tingkat signifikansi 5%. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastisitas.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh hasil persamaan regresi yang akan dibentuk adalah sebagai berikut dengan tabel yang terlampir pada halaman 10.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup satu atau dua variabel bebas yang dapat digunakan secara tepat untuk memprediksi nilai variabel terikat, dalam hal ini variabel Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing, persamaan linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$Y = 0{,}912 + 0{,}342X_1 + 0{,}381X_2$$

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. b_0= 0,912 Artinya jika Inovasi produk dan lokasi usaha variabel bebas bernilai konstan (nol) maka Keunggulan Bersaing akan bernilai sebesar 0,912.
b. b_1= 0,342 Artinya jika Inovasi Produk (X1) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,342.
c. b_2= 0,381 Artinya jika Lokasi Usaha (X2) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,381.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasi yang meliputi uji normalitas, uji mutikolinearitas serta uji heteroskedastisitas.

4.3 Uji normalitas

Untuk mengetahui apakah data model regresi berdistirbutor normal maka dilakukan uji normalitas. Pada penelitian ini, digunakan analisis *kolmogorov smirnov* dan analisis grafik normal *probability plot* digunakan untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data maka dapat dilihat melalui nilai asymp sig. Pada uji *kolmogorov smirnov* yang apabila menunjukan nilai lebih dari 0,05 bahwa data tersebut berdistribusi normal. Berikut uji hasil normalitas dengan menggunakan *software* SPSS.

Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,49771437
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,101
	Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z		,707
Asymp. Sig. (2-tailed)		,699

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Hasil output pengolahan SPSS

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,699 dan lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Seharusnya, pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya (korelasinya 1 atau mendekati 1). Suatu model regresi bebas dari multikolinearitas apabila angka VIF

(Variance Inflation Factor) kurang dari 10 dan angka tolerance lebih dari 0,1.

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Inovasi Produk (X1)	,729	1,371
	Lokasi Usaha (X2)	,729	1,371

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS

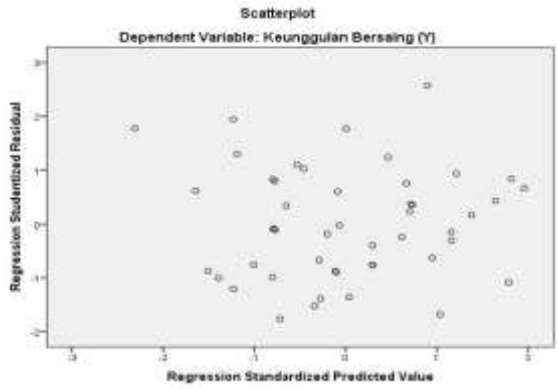
Berdasarkan nilai VIF yang diperoleh seperti terlihat pada tabel 4.18 diatas nilai *tolerance* kedua variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF semua variabel < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut.

4.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar untuk pengambilan keputusannya adalah:

- Apabila ditemukan pola tertentu, misalnya titik-titik yang ada membentuk sebuah pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas
- Apabila tidak ditemukan pola yang jelas, misalkan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Grafik scatterplot dibawah ini digunakan untuk menganalisis apakah terjadi heterokedaktisitas atau tidak, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SDRESID) dengan residualnya (ZPRED).



Grafik Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedaktisitas pada model regresi.

4.6 Analisis Korelasi

Dari analisis korelasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. keeratan hubungan kedua variabel independen (Inovasi Produk dan Lokasi Usaha) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing. Nilai korelasi sebesar 0,761 menunjukan bahwa termasuk dalam kriteria hubungan yang kuat, karena berada pada interval 0,6 – 0,799. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang kuat antara Inovasi Produk dan Lokasi Usaha dengan Kunggulan Bersaing.
2. Keeratan hubungan antara Inovasi Produk (X_1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,625 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, hal ini menunjukan bahwa semakin baik Inovasi Produk begitupula dengan keunggulan bersaingnya. Berdasarkan koefisien korelasi yang diperoleh, angka sebesar 0,625 termasuk ke dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada range interval 0,6-0,799
3. Keeratan hubungan antara Lokasi Usaha (X_2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,696 menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah, dimana semakin baik Lokasi Usaha maka akan diikuti dengan tingginya Keunggulan Kersaing. Berdasarkan koefisien korelasi, angka sebesar 0,696 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada rentang interval (0,60-0,799).

4.7 Analisis Koefisien Determinasi

Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh informasi bahwa R-*square* sebesar 0,578 atau 57,8%. Nilai tersebut menunjukan bahwa Inovasi Produk dan Lokasi Usaha secara simultan dalam memberikan pengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing sebesar 57,8%. Sedangkan sisanya sebesar 100%-57,8% = 42,2% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti yaitu: kreativitas, citra merk dan promosi.

Secara parsial variabel Inovasi Produk (X1) terhadap Keunggulan Bersaing adalah terbesar 22,5% dan Lokasi Usaha (X2) memberikan kontribusi sebesar 35,4%. Sehingga dapat disimpulkan variabel yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing adalah Lokasi Usaha dengan besaran pengaruh yang diberikan sebesar 35,4%.

4.8 Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

- Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing
  Nilai F_{hitung} sebesar 31,567, nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk α = 0,05 dan db_1: 2 dan db_2: n-k-1 (49-2-1) = 46 maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,200. Karena F_{hitung} (31,567) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,200) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak Ho dan menerima Ha. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk dan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung.
- Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing
  Secara parsial Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, dk= (n-k-1) 49-2-1 = 46, dengan pengujian 2 pihak sehingga diperoleh t-tabel sebesar -2,013 atau 2,013. Inovasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (3,214) lebih besar dari t-tabel (2,013) dan t-hitung berada pada daerah penolakan H0, sehingga H0 ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.
- Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing

  Lokasi Usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing karena nilai t-hitung (4,535) lebih besar dari t-tabel (2,013) dan t-hitung berada pada daerah penolakan H0, sehingga H0 ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian juga pembahasan yang telah disampaikan penulis sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi Produk di toko tas kulit exotic 324 cikutra kota bandung adalah tergolong cukup baik. Artinya, menurut indikator perluasan produk, peniruan produk, dan produk baru. Hal tersebut menunjukan bahwa konsumen toko tas kulit exotic 324 yang dijadikan responden merasa inovasi yang diterapkan pada toko tas kulit exotic 324 terbilang cukup baik.
2. Lokasi Usaha pada toko tas kulit exotic 324 cikutra kota bandung adalah tergolong cukup baik. Berdasarkan indikator kesediaan lahan parkir, memiliki tempat yg cukup luas, lokasi pasar bersehati dialui banyak alat transportasi, dan lokasi yg strategis. Hal tersebut menunjukan bahwa konsumen toko tas kulit exotic 324 yang dijadikan responden merasa lokasi yang dijadikan tempat usaha kurang strategis dan tidak terlalu luas, meskipun lokasi banyak dilalui tranportasi akan tetapi memiliki lahan parkir yang kurang memadai.
3. Keunggulan Bersaing pada toko tas kulit exotic 324 cikutra kota bandung adalah tergolong cukup baik. Berdasarkan indikator keunikan produk, biaya/harga. Dan kualitas produk. Hal tersebut menunjukan bahwa konsumen toko tas kulit exotic 324 yang dijadikan responden beranggapan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas cukup baik akan tetapi harga produk kurang sebanding dengan kualitas yang diberikan, meskipun mempunyai keunikan produk tas kulit tersebut sudah baik tetapi kurangnya cirikhas tersendiri dari produk yang ditawarkan.
4. Secara simultan variabel inovasi produk, dan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di toko tas kulit exotic 324 cikutra kota bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesiimpulan dari hasil penelitian tentang inovasi produk fan lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing pada toko tas kulit exotic 324 cikutra kota bandung, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh pengusaha toko tas kulit exotic 324 cikutra kota bandung.:

1. Inovasi Produk yang di terapkan oleh Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung cukp Baik, akan lebih baik lgi apabila pelaku usaha lebih banyak mengeluarkan produk-produk yang baru supaya konsumen tidak merasa bosan terhadap produk yang dijual serta produk yang tersedia lebih beragam dan tidak monoton.
2. Lokasi Usaha Toko Kulit *Exotic* 324 dikategorikan cukup baik, akan lebih baik apabila lokasi usaha dapat di perluas baik bangunan toko maupun lahan parkir yang disediakan, agar konsumen dapat memiliki keinginan untuk membeli tas dan datang ke toko tersebut karena memiliki lahan parkir yang memadai.
3. Keunggulan Bersaing Toko Tas Kulit *Exotic* 324 dapat dikategorikan cukp baik, namun akan lebih baik lgi apabila tas kulit trsebut lebih di tonjolkan lagi keunikannya agar dapat bersaing dengan produk tas kulit lain serta meningkatkan kualitas produk tersebut dari hal terkecil sampai yang terbesar.
4. Bagi pelaku usaha hubungan inovasi produk, lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing berpengaruh signifikan, karena dengan meningkatkan inovasi produk yang lebih baik akan memberikan kesan yang tidak bosan terhadap konsumen dengan cara membuat produk yang baru dan mengembangkannya, untuk lokasi usaha yang sebaiknya berlokasi di tempat yang lebih strategis seperti di pusat

keramayan yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah mengakses lokasi dan penyediakan lahan parkir yang lebih luas. Hal tersebut sangat berpengaruh kepada keunggulan bersaing perusahaan agar dapat bersaing dengan usaha-usaha tas kulit yang lain.

6. Daftar Pustaka

Aang Curatman. *et.al*. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Jurnal LOGIKA, Vol. XVIII, No. 3, Desember 2016 p-ISSN: 1978-2560 e-ISSN: 2442-5176.

Asep Aminudin, 2016. Pengaruh Desain Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Baleno Kabupaten Garut.

Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N Tawas 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. Jurnal EMBA, Vol.2 No.3, September. ISSN 2303-1174. Hal 140-157.

Ekawati, Ni Wayan Rahyuda, I Ketut, Kerti Yasa, Ni Nyoman, dan Sukaatmaja, I Putu Gde. 2016. The *Implementation of Ecopreneurship and Green Innovation in Building Competitive Advetage to Generate Succes of New Spa Products in Bali. International Business Management*. 10(14): pp: 2660-2669.

Erlina Utamin, 2013. Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi terhadap Keunggulan Bersaing Mayasi Steak, Ramen, Bento Cabang Asia Plaza Tasikmalaya.

Hajar, Siti dan I Putu Gde Sukaatmadja. 2016. Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 10, 2016: 6580- 6609. ISSN : 2302-8912.

Haryanti, Setyani Sri dan Nursusila, Linda. 2016. *Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Kerajinan Gitar di Kabupaten Sukoharjo***.** AKTUAL Vol 2 . No 1 edisi Juni 2016.ISSN2337–568X.

Hurley, R. F & Hult G T M. (1998). *innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.

Lukas, B.A. dan Ferrel, O.C.T. 2000. *The effect of Market Orientation On Product Innovation, Journal of Academy of Marketing Science*, 28 (2), 239- 247.

Mashuri. *2008. Metode Analisis Verifikatif dan Cara Menentukanya. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.*

NagasimhaBalakrishna Kanagal. *Innovationand product innovation in marketing strategy.* Indian Journal of Management and Marketing. Vol. 18 – February, 2015.

Rangga Dismawan, 2013. Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.

Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Bisnis*:* Penerbit CV. Alfabeta Bandung.

Sugiyono, 2007, Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung Alfabeta.

Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2009: 185) dlm (Umi Narimawati (2010:54) Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis*.*

Syahlan A. Sume. 2007. *Analisis Lokasi Perusahaan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus pada PT. Hotel Salak The Heritage Bogor.* Vol 7 No. 2, Oktober 2007.

Umi Narimawati. 2010 Penulisan Krya Ilmiah. Bekasi Genesis.

Urbancorva Hana 2013, *Competitive Advantage Achievment Through Innovation and Knowledge.* Journal Of Competiveness, Vol.5 Issue 1. March pp.82-89.

http://www.infobdg.com/v2/sentra-tas-kulit-exotic-cikutra/

http://jabar.tribunnews.com/2017/08/27/video-menyambangi-sentra-penjualan-tas-kulit-di-kawasan-cikutra-bandung

http://eprints.com.undip.ac.id/24205/1/MEIKE SUPRANOTO.pdf