# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

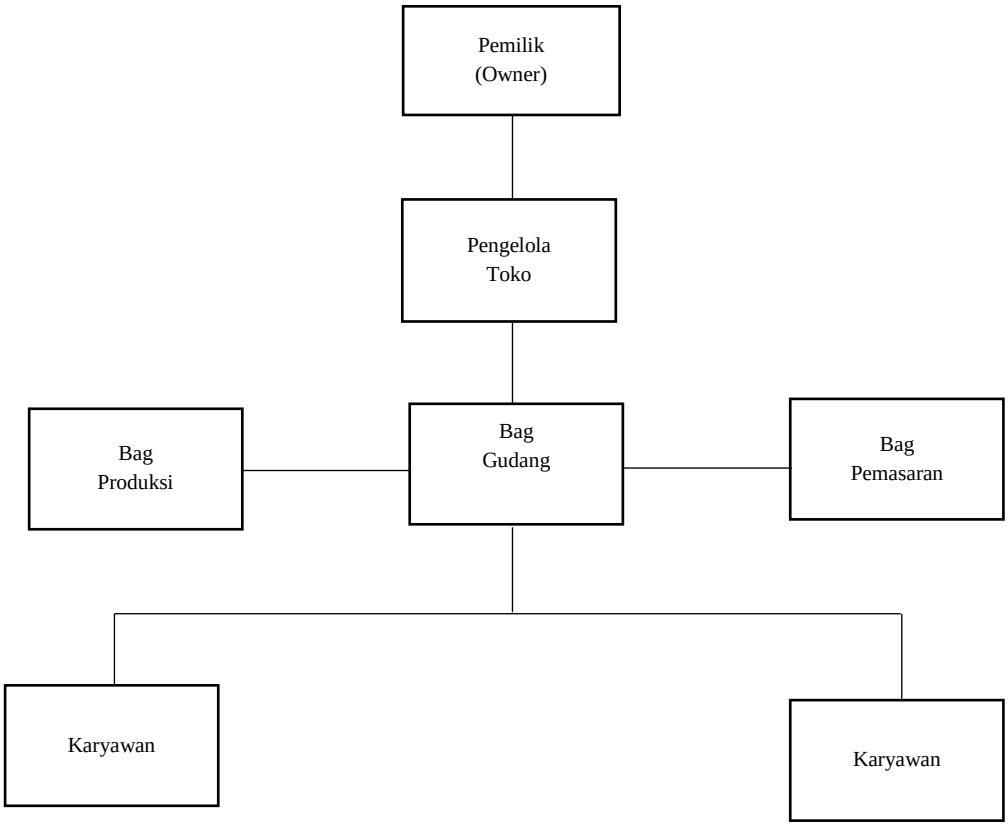
### 4.1.1 Sejarah Perusahaan

Toko tas kulit *Exotic* 324 adalah toko usaha yang bergerak dalam bidang *fashion* yang berbahan dasar kulit, berawal pada tahun 2000 pernah bekerja ditempat topi kulit dikawasan cikutra, banyak hasil kerajinan dari kulit termasuk jaket kulit, dari tahun 2000-2009 produk topi menjadi produk unggulan serta banyak permintaan baik di Kota Bandung maupun luar Kota Bandung bahkan produk tersebut terkenal sampai Nigeria. Seiring waktu banyak pesaing atau pengrajin baru yang ikut produksi sehingga barang yang diproduksi begitu banyak, akibatnya harga mulai tidak stabil dari harga semula, sehingga pada tahun 2010 usaha topi kulit tidak lagi berjalan. Awal 2011 mulai mencoba beralih ke jenis produk yang lain, pada awalnya bikin sample tas kulit untuk pesanan setelah saya melihat dan akhirnya tertarik untuk belajar memasarkan dan mulai memproduksi sendiri, sebelumnya masih keliling dan hanya menerima pesanan dari teman-teman terdekat bapak Heru sebagai pemilik, setelah satu tahun berjalan usaha tas kulit pada bulan desember 2012 bapak Heru mulai fokus membuat tas kulit hingga dikenal sampai saat ini, awal pemasaran tas kulit *exotic* 324 lewat sosial media dan sering mengisi *booth* di pameran-pameran tas kulit. Setelah 3 tahun berjalan awal 2015 bapak Heru mulai membuka toko sendiri yang beralamat di jalan Cikutra no.324 Bandung.

### 4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi menggambakan hubungan-hubungan yang ada antara bagian-bagian yang ada dalam satu organisasi atau perusahaan, sehingga dapat dilihat dengan jelas kedudukan, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dari pimpinan puncak sapai tingkat pegawai bawahan. Adapun struktur Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung dapat dilihat pada gambar berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI TAS KULIT EXOTIC 324 CIKUTRA**




*Sumber: Toko Tas Kulit Exotic 324*

**Gambar 4.1**
**Struktur Ogranisasi Toko Tas Kulit *Exotic* 324**

## 4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini membahas tentang "Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung" . jumlah kuisioner yang disebarkan sebanyak 49 buah, merupakan sampel konsumen Toko Tas Kulit *Exotic* 324 yang diperoleh dari keseluruhan populasi. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 49 konsumen pada 4 bulan terakhir, yaitu bulan September – Desember 2017.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner yang telah disebar kepada responden menunjukan bahwa responden memiliki karakteristik yang bervariasi dari segi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan

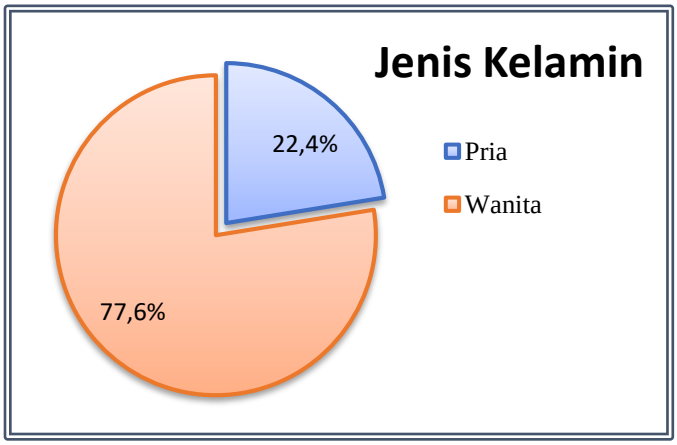
### 4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan identifikasi menurut jenis kelamin akan dilihat jumlah distribusi pelanggan laki-laki dan perempuan, yang hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut:

**Tabel 4.1**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Kategori | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Wanita | 38 | 77 |
| Pria | 11 | 22 |
| Jumlah | 49 | 100 |

*Sumber: Kuesioner (data diolah), 2018*




*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

**Gambar 4.2**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa responden yang banyak berkunjung ke Toko Tas Kulit *Exotic* 324 berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 38 responden atau sebesar 77,6%, sedangkan pelanggan yang berjenis pria yaitu sebanyak 11 responden ata sebesar 22,4%.

Karakteristik responden yang berjenis kelamin wanita lebih dominan dari pada pelanggan yang berjenis pria yaitu sebesar 77,6% berbanding 22,4%. Hal ini di karenakan banyaknya wanita yang ingin tampil dengan gaya lebih modis dan trendi.

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2008:5)** menyatakan bahwa jenis kelamin *(gender)* sering kali di anggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam perilaku kosumen, termasuk dalam pembelian.

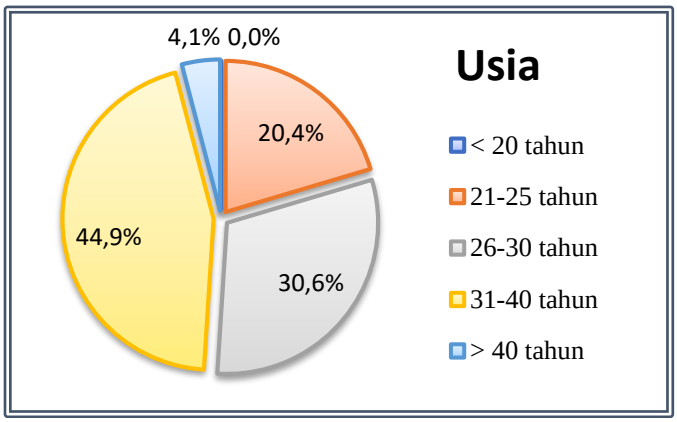
### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan identifikasi menurut usia akan dilihat usia para responden. Dalam melakukan identifikasi menurut usia, dapat dibuat klasfikasi seperti pada gambar berikut ini :

**Tabel 4.2**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia (Tahun) | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| 20-25 | 10 | 20 |
| 26-30 | 15 | 30 |
| 31-40 | 22 | 44 |
| >40 | 2 | 4 |
| Jumlah | 49 | 100 |

*Sumber: Kuesioner (data diolah), 2018*




*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

**Gambar 4.3**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang banyak berkunjung ke Toko Tas Kulit *Exotic* 324 rata-rata usia 21-25 tahun yaitu 10 responden atau 20,4%, sedangkan rata-rata usia 26-30 sebanyak 15

responden atau 30,6%, sedangkan rata-rata usia 31-40 sebanyak 22 responden atau 44,9% dan sedangkan paling sedikit sebanyak 2 responden atau 4,1% responden berusia lebih dari 40 tahun. Hal ini menunjukan rata-rata antara usia 31-40 tahun ingin tampil lebih modis.

Usia adalah rentang kehidupan yang diukur dengan tahun, dikatakan masa awal dewasa adalah usia 18 tahun sampai dengan 25 tahun, dewasa madya adalah usia 26 sampai dengan usia tahun dimana usia ini menunjukan tingkat kesuksesan sesorang dan dewasa lanjut adalah usia 60 tahun keatas **(Harlock, 2008)**

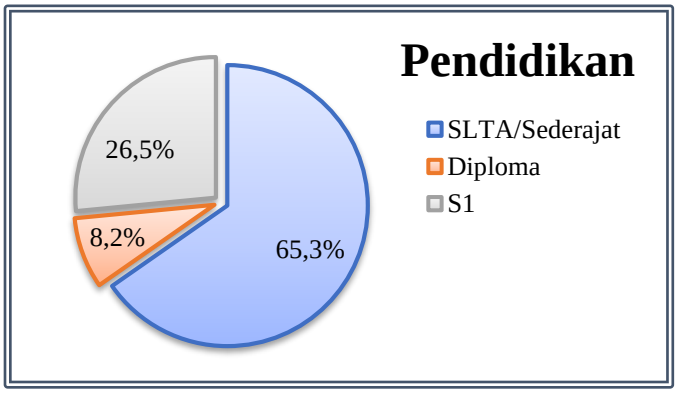
### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan identifikasi menurut pendidikan akan dilihat jumlah distribusi responden menurut jenjang pendidikannya, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.3**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Kategori | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| SLTA/Sederajat | 32 | 65 |
| Diploma | 4 | 8 |
| Sarjana | 13 | 26 |
| Jumlah | 49 | 100 |

*Sumber: Kuesioner (data diolah), 2018*




*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

**Gambar 4.4**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden sebanyak 65,3% memiliki latar belakang pendidikan SLTA/Sederajat, sedangkan paling sedikit sebanyak 8,2% memiliki latar belakang pendidikan Diploma . Dapat ditarik kesimpulan bahwa hal ini menunjukan menggunakan atau memakai produk Toko Tas Kulit Exotic 324 adalah SLTA/Sederajat yang sudah menjadi suatu gaya hidup.

Menurut **Mubarak (2007:30)** Pendidikan berarti bimbingan yang diberikan seseorang kepada orang lain terhadap suatu hal agar mereka dapat memahami. Tidak dapat dipungkiri bahwa makin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah pula mereka menerima informasi, dan pada akhirnya makin banyak pula pengetahuan yang dimilikinya. Sebaliknya, jika seseorang tingkat pendidikannya rendah, akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap penerimaan informasi dan nilai-nilai baru diperkenalkan.

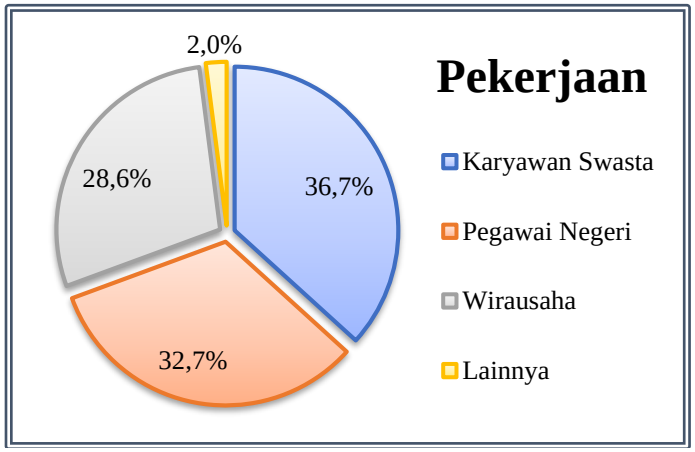
### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan identifikasi menurut pekerjaan akan dilihat jumlah distribusi responden menurut pekerjaannya, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.4**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| Kategori | Jumlah | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Karyawan Swasta | 18 | 36 |
| Pegawai Negeri | 16 | 32 |
| Wirausaha | 14 | 28 |
| Lainnya | 1 | 2 |
| Jumlah | 49 | 100 |

*Sumber: Kuesioner (data diolah), 2018*




*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

**Gambar 4.5**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden sebanyak 36,7% merupakan responden yang bekerja sebagai karyawan swasta, sedangkan paling sedikit sebanyak 2% responden memiliki pekerjaan lainnya. Hal

ini menunjukan bahwa para pelanggan Toko Tas Kulit Exotic 324 rata-rata adalah karyawan swasta.

Dalam **Simamora, (2004:129)** "model karakteristik pekerjaan (Job characteristics models) akan berpengaruh terhadap keputusan seseorang konsumen dalam menentukan sikap yang harus diambil".

## 4.3 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis deskriptif bertujuan untuk melihat gambaran hasil penelitian mengenai inovasi produk, lokasi usaha dan keunggulan bersaing dengan sampel penelitian sebanyak 49 responden. Sedangkan untuk melihat jawaban atau penilaian responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan untuk melihat penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti dapat dilihat dari nilai prosentase dari hasil skor aktual dan ideal yang diperoleh. Adapun cara mencari nilai persentase maka dibuat interval, dalam penelitian ini penulis menentukan banyak kelas interval sebanyak 5 kategori sesuai banyaknya opsi jawaban pada setiap item pernyataan. Rumus yang digunakan menurut Umi Narimawati (2007:83-85) sebagai berikut:

**Tabel 4.5**
**Kriteria Pengklasifikasikan Presentase Skor Tanggapan Responden**

| No | Interval | Kategori |
|---|---|---|
| 1 | 20.00% - 36.00% | Tidak Baik/ Sangat Rendah |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | 36.01 – 52.00% | Kurang Baik/ Rendah |
| 3 | 52.01% - 68.00% | Cukup |
| 4 | 68.01% - 84.00% | Baik/Tinggi |
| 5 | 84.01% - 100% | Sangat Baik/Sangat Tinggi |

*Sumber: Umi Narimawati (2007:83-85)*

### 4.3.1 Analisis Deskriptif Inovasi Produk ($X_1$)

Variabel pertama dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk yang terdiri dari 3 indikator yaitu, Perluasa Produk, Peniruan Produk dan Produk Baru. Agar lebih jelasnya maka penulis juga menyajikan gambaran Inovasi Produk pada masing-masing indikator, yang diukur dan dioperasionalisasikan menjadi 3 (tiga) butir pernyataan. Berikut gambaran tanggapan responden terhadap setiap butir pernyataan pada masing-masing indikator.

**a. Perluasan Produk**

**Tabel 4.6**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Perluasan Produk**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Tas Kulit Exotic 324 memiliki keberanekaragaman jenis tas | Sangat Setuju | 5 | 5 | 10,2% | 25 |
| | Setuju | 4 | 15 | 30,6% | 60 |
| | Cukup | 3 | 20 | 40,8% | 60 |
| | Tidak Setuju | 2 | 8 | 16,3% | 16 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1 | 2,0% | 1 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **162** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.6 di atas merupakan jawaban responden pada indikator perluasan produk yang diukur dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 162, selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{162}{245} \times 100 = 66{,}1\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai presentase yang didapat sebesar 66,1%. Nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,00% - 68,00%. Dari hasil pernyataan bahwa, tas kulit *exotic* 324 cukup baik karena memiliki keberanekaragaman jenis tas.

Menurut **Hills (2008:11) dalam penelitian Diki Firmansyah (2016)** mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari suatu produk yang sudah ada sebelumnya.

**b. Peniruan Produk**

**Tabel 4.7**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Peniruan Produk**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Tas Kulit Exotic 324 memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk lain | Sangat Setuju | 5 | 5 | 10,2% | 25 |
| | Setuju | 4 | 21 | 42,9% | 84 |
| | Cukup | 3 | 19 | 38,8% | 57 |
| | Tidak Setuju | 2 | 4 | 8,2% | 8 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 0 | 0,0% | 0 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **174** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.7 di atas merupakan jawaban responden pada indikator peniruan produk yang diukur dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 174. selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{174}{245} \times 100 = 71{,}0\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong baik karena berada pada interval 68,1% - 84,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, tas kulit *exotic* 324 memiliki ciri khas yang baik dan berbeda dengan produk tas kulit lainnya.

Menurut (**Johne, 1999 dalam Nursiah dan Radhi, 2009**) dalam penelitian **Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2013:2)** inovasi produk terkait dengan pengembangan desain produk, tambahan fitur, segala atribut produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing lain yang telah ada.

**c. Produk Baru**

**Tabel 4.8**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Produk Baru**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Tas Kulit Exotic 324 selalu menciptakan produk baru yang berbeda dari yang lain | Sangat Setuju | 5 | 3 | 6,1% | 15 |
| | Setuju | 4 | 8 | 16,3% | 32 |
| | Cukup | 3 | 18 | 36,7% | 54 |
| | Tidak Setuju | 2 | 14 | 28,6% | 28 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 6 | 12,2% | 6 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **135** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.8 di atas merupakan jawaban responden pada indikator produk baru yang diukur dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 135, selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{135}{245} \times 100 = 55{,}1\%$$

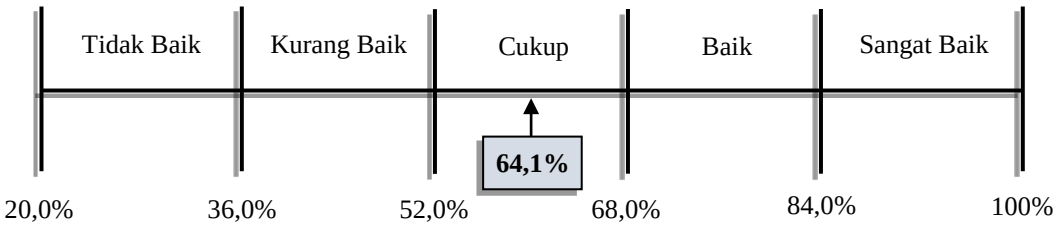
Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,00% - 68,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, tas kulit *exotic* 324 cukup baik dalam menciptakan produk baru yang berbeda dari produk yang lain.

Menurut **Ted Levitt dari Hardvard (dalam Thommas W.Zimmerer 2008:57) dalam penelitian Diki Firmansyah (2016)** mengemukakan bahwa inovasi adalah mengerjakan hal-hal baru.

**Tabel 4.9**
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk**

| No | Indikator | Skor Aktual | Skor Ideal | Persentase | Kategori |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Perluasan produk | 162 | 245 | 66,1% | Cukup |
| 2 | Peniruan produk | 174 | 245 | 71,0% | Baik |
| 3 | Produk baru | 135 | 245 | 55,1% | Cukup |
| **Total** | | **471** | **735** | **64,1%** | **Cukup** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*




**Gambar 4.6**
**Garis Kontinum Variabel Inovasi Produk**

Tabel 4.9 dan gambar 4.6 di atas menunjukkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap mengenai variabel Inovasi Produk, Nilai persentase yang diperoleh sebesar 64,1%. Angka tersebut berada pada interval 52,0% - 68.00% dan termasuk dalam kategori cukup baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk pada konsumen Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung tergolong cukup baik.

Hasil tanggapan responden mengenai variabel Inovasi Produk pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung termasuk kategori cukup bsik. Dari indikator di atas nilai tertinggi adalah 71,1% dan nilai terendah adalah 55,1%.

Dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung tidak mempunyai keberanekagaman produk yang di hasilkan, hal ini sesuai dengan fenomena yang terjadi, karena memang tidak melihat keberanekaragaman yang ada pada 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.

**Menurut (Johne, 1999 dalam Nursiah dan Radhi, 2009) dalam penelitian Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (2013:2)** inovasi produk terkait dengan pengembangan desain produk, tambahan fitur, segala atribut produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing lain yang telah ada.

### 4.3.2 Analisis Deskriptif Lokasi Usaha ($X_2$)

Variabel Lokasi Usaha dibentuk oleh 4 pernyataan, berikut disajikan hasil analisis deskriptif dan berdasarkan pendekatan distribusi frekuensi, persentase dan persentase skor yang diperoleh dengan hasil sebagai berikut :

**a. Ketersediaan Lahan Parkir**

**Tabel 4.10**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ketersediaan Lahan Parkir**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Ketersedian lahan parkir kendaraan yang cukup luas | Sangat Setuju | 5 | 3 | 6,1% | 15 |
| | Setuju | 4 | 8 | 16,3% | 32 |
| | Cukup | 3 | 23 | 46,9% | 69 |
| | Tidak Setuju | 2 | 8 | 16,3% | 16 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 7 | 14,3% | 7 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **139** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.10 di atas merupakan jawaban responden pada ketersediaan lahan parkir yang diukur dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 139. selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{139}{245} \times 100 = 56{,}7\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,00% - 68,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, lokasi toko tas kulit *exotic* 324 cukup baik dalam ketersediaan lahan parkir kendaraan.

Menurut Direktur Jenderal Perhubungan Darat, (1996) kebutuhan tempat parkir untuk kendaraan, baik kendaraan pribadi, angkutan penumpang umum, sepeda motor, maupun truk adalah sangat penting. Kebutuhan tersebut sangat berbeda dan bervariasi tergantung dari bentuk dan karakteristik masing-masing dengan desain dan lokasi parkir.

**b. Tempat yang Cukup Luas**

**Tabel 4.11**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Tempat yang Cukup Luas**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Toko Tas Kulit Exotic 324 memiliki kelayakan tempat usaha yang cukup luas | Sangat Setuju | 5 | 3 | 6,1% | 15 |
| | Setuju | 4 | 6 | 12,2% | 24 |
| | Cukup | 3 | 25 | 51,0% | 75 |
| | Tidak Setuju | 2 | 11 | 22,4% | 22 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 4 | 8,2% | 4 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **140** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.11 di atas merupakan jawaban responden pada tempat yang cukup luas yang diukur dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 140. selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{140}{245} \times 100 = 57{,}1\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,00% - 68,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, lokasi toko tas kulit *exotic* 324 cukup baik bahwa kelayakan tempat usaha dan lebih baik lagi memperluas tempat usahanya tersebut.

**(Tarigan,2005**) dalam **Eko Budi Santoso (2012:10)** menyebutkan bahwa lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

**c. Lokasi Pasar Bersehati Dilalui Banyak Alat Transportasi**

**Tabel 4.12**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lokasi Pasar Bersehati Dilalui Banyak Alat Transportasi**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Lokasi Toko Tas Kulit Exotic 324 mudah dilalui kendaraan oleh konsumen | Sangat Setuju | 5 | 7 | 14,3% | 35 |
| | Setuju | 4 | 22 | 44,9% | 88 |
| | Cukup | 3 | 16 | 32,7% | 48 |
| | Tidak Setuju | 2 | 4 | 8,2% | 8 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 0 | 0,0% | 0 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **179** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.12 di atas merupakan jawaban responden pada lokasi pasar bersehati dilalui banyak transportasi diukur dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 179. selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{179}{245} \times 100 = 73{,}1\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong baik karena berada pada interval 68,00% - 84,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, lokasi toko tas kulit *exotic* 324 baik dalam memudahkan konsumen untuk dilalui kendaraannya.

Moda transportasi darat terdiri dari seluruh bentuk alat transportasi yang beroperasi di darat. Moda transportasi darat sering dianggap identik dengan moda transportasi jalan raya **(Warpani, 1990).**

**d. Lokasi Strategis**

**Tabel 4.13**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lokasi Strategis**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Lokasi Toko Tas Kulit Exotic 324 mudah dijangkau oleh konsumen | Sangat Setuju | 5 | 0 | 0,0% | 0 |
| | Setuju | 4 | 6 | 12,2% | 24 |
| | Cukup | 3 | 26 | 53,1% | 78 |
| | Tidak Setuju | 2 | 14 | 28,6% | 28 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 3 | 6,1% | 3 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **133** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.13 di atas merupakan jawaban responden pada lokasi strategis dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 133. selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{133}{245} \times 100 = 54{,}3\%$$

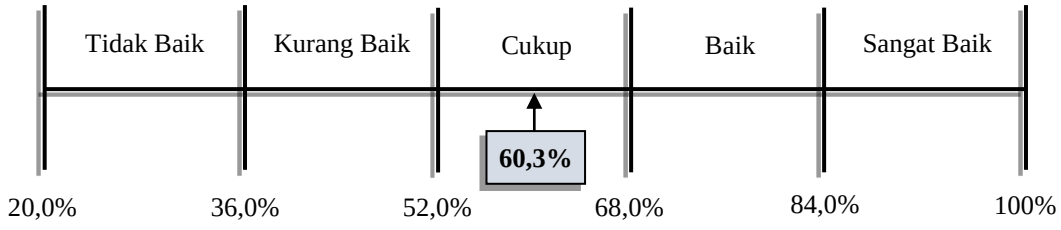
Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,00% - 68,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, lokasi toko tas kulit exotic 324 cukup baik karena lokasinya sangat mudah dijangkau oleh konsumen.

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

**Tabel 4.14**
**Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi usaha**

| No | Indikator | Skor Aktual | Skor Ideal | Persentase | Kategori |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Ketersedian lahan parkir | 139 | 245 | 56,7% | Cukup |
| 2 | Memiliki tempat yang cukup luas | 140 | 245 | 57,1% | Cukup |
| 3 | Lokasi pasar bersehati dilalui banyak alat transportasi | 179 | 245 | 73,1% | Baik |
| 4 | Lokasi yang strategis | 133 | 245 | 54,3% | Cukup |
| **Total** | | **591** | **980** | **60,3%** | **Cukup** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*




**Gambar 4.7**
**Garis Kontinum Variabel Lokasi Usaha**

Tabel 4.14 dan gambar 4.7 di atas menunjukkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap mengenai variabel Lokasi Usaha, Nilai persentase yang diperoleh sebesar 60,3%. Angka tersebut berada pada interval 52,0% - 68.00% dan termasuk dalam kategori cukup baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha konsumen Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung tergolong cukup baik.

Hasil tanggapan responden mengenai variabel Lokasi Usaha pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung termasuk kategori cukup baik. Dari indikator di atas nilai tertinggi adalah 73,1% dan nilai terendah adalah 54,3%. Dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung banyak dilalui kendaraan karena lokasinya berada pada jalur utama orang yang berlalu lalang, namun pemilihan lokasinya belum strategis. Hal ini sesuai dengan fenomena yang terjadi yaitu lokasi Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung tidak memiliki lahan parkir yang cukup luas, sehingga konsumen merasa kesulitan untuk parkir dikarenakan jika kendaraan roda 4 lebih dari 1 terparkir, maka tidak ada lahan parkir untuk kendaraan lain.

Agar konsumen dapat memiliki keinginan untuk membeli tas pada Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung, seharusnya pemilik toko harus memperlebar lahan parkir. Sehingga konsumen tidak merasa kesulitan untuk parkir kendaraannya.

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang 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).

### 4.3.3 Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing (Y)

Tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing terdiri dari tiga indikator dengan enam item pernyataan yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Berikut disajikan tanggapan responden pada setiap indikatornya masing-masing berdasarkan variabel keunggulan bersaing.

**a. Keunikan Produk**

**Tabel 4.15**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keunikan Produk**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Toko Tas Kulit Exotic mempunyai keunikan produk dibandingkan pesaingnya | Sangat Setuju | 5 | 2 | 4,1% | 10 |
| | Setuju | 4 | 26 | 53,1% | 104 |
| | Cukup | 3 | 19 | 38,8% | 57 |
| | Tidak Setuju | 2 | 2 | 4,1% | 4 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 0 | 0,0% | 0 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **175** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.15 di atas merupakan jawaban responden pada keunikan produk dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 175, selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{175}{245} \times 100 = 71{,}4\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong baik karena berada pada interval

68.0% - 84,0%. Dari hasil pernyataan bahwa, tas kulit *exotic* 324 mempunyai keunikan produk yang baik dibandingkan pesaingnya.

Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran **(Song & Parry, 1997 dalam Sensi Tribuana Dewi, 2006).**

**b. Biaya/Harga**

**Tabel 4.16**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Biaya/Harga**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen | Sangat Setuju | 5 | 4 | 8,2% | 20 |
| | Setuju | 4 | 8 | 16,3% | 32 |
| | Cukup | 3 | 28 | 57,1% | 84 |
| | Tidak Setuju | 2 | 9 | 18,4% | 18 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 0 | 0,0% | 0 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **154** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.16 di atas merupakan jawaban responden pada biaya/harga dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 154, selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{154}{245} \times 100 = 62{,}9\%$$

Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,0% - 68.0%. Dari hasil pernyataan bahwa, tas kulit *exotic* 324 cukup baik dalam harga yang ditawarkan dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang

mampu bersaing di pasaran (**Song & Parry, 1997 dalam Sensi Tribuana Dewi, 2006).**

**c. Kualitas Produk**

**Tabel 4.17**
**Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kualitas Produk**

| Pernyataan | Alternatif Jawaban | Bobot (b) | Frekuensi (f) | Persentase (%) | Skor (fxb) |
|---|---|---|---|---|---|
| Tas Kulit Exotic 324 memiliki bahan kulitnya yang kuat tahan dalam waktu lama | Sangat Setuju | 5 | 3 | 6,1% | 15 |
| | Setuju | 4 | 8 | 16,3% | 32 |
| | Cukup | 3 | 18 | 36,7% | 54 |
| | Tidak Setuju | 2 | 14 | 28,6% | 28 |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 6 | 12,2% | 6 |
| **Jumlah** | | | **49** | **100%** | **135** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*

Tabel 4.17 di atas merupakan jawaban responden pada kualitas produk dengan 1 pernyataan yang mewakili dan diperoleh skor sebesar 135, selanjutnya nilai tersebut akan di presentasekan berdasarkan skor ideal dengan perhitungan berikut:

$$\text{Persentase skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} = \frac{135}{245} \times 100 = 55{,}1\%$$

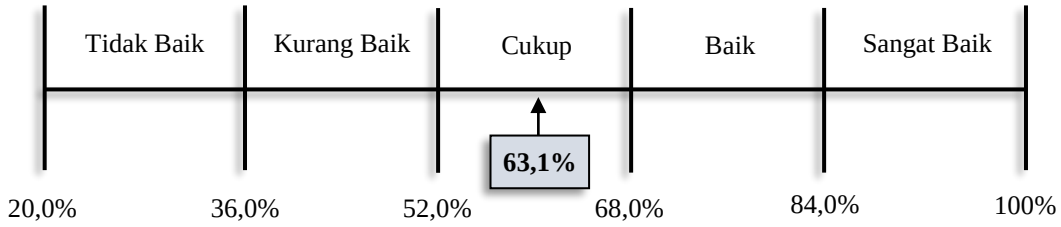
Dari data diatas diketahui bahwa nilai tersebut jika mengacu pada kriteria pengklasifikasikan presentase masih tergolong cukup baik karena berada pada interval 52,0% - 68.0%. Dari hasil pernyatan bahwa, toko tas kulit *exotic* 324 cukup baik memiliki bahan yang kuat dan tahan dalam waktu lama.

Kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan **(Song & Parry, 1997 dalam Sensi Tribuana Dewi, 2006)**.

**Tabel 4.18**
**Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Keunggulan Bersaing**

| No | Indikator | Skor Aktual | Skor Ideal | Persentase | Kategori |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Keunikan produk | 175 | 245 | 71,4% | Baik |
| 2 | Biaya / harga | 154 | 245 | 62,9% | Cukup |
| 3 | Kualitas produk | 135 | 245 | 55,1% | Cukup |
| **Total** | | **464** | **735** | **63,1%** | **Cukup** |

*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner, 2018*




**Gambar 4.1**
**Garis Kontinum Variabel Keunggulan Bersaing**

Tabel 4.18 dan gambar 4.8 di atas menunjukkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap mengenai variabel Keunggulan Bersaing, Nilai persentase yang diperoleh sebesar 61,3%. Angka tersebut berada pada interval 52,0% - 68.00% dan termasuk dalam kategori cukup baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha konsumen Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung tergolong cukup baik.

Hasil tanggapan responden mengenai variabel Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung termasuk kedalam kategori yang "Cukup". Dari indikator diatas nilai tertinggi adalah sebesar 71,4% dan nilai terendah adalah sebesar 55,1%.

Dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keunggulan bersaing Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung cukup kuat tetapi Tas Kulit *Exotic* 324 tidak mempunyai suatu produk yang unik, sehingga produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak memiliki nilai tersendiri di mata konsumen, kemudian karena harga yang ditawarkan kepada konsumen terlalu mahal dan tidak sesuai dengan pangsa pasar.

Meskipun Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung memiliki ciri khas dari produknya, akan lebih baik lagi bila dikembangkan lagi menjadi banyak motif. Sehingga menjadi keunikan terserdiri dimata konsumen.

**Menurut Porter dalam penelitian Yuni Istanto (2010:125)** menjelaskan bahwa "keunggulan bersaing adalah konsep keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang sebuah perusahaan sebagai suatu keseluruhan, tetapi harus dari asal keunggulan bersaing itu yaitu berbagai aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya".

## 4.4 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

### 4.4.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pembentukan model regresi, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi supaya model yang terbentuk memberikan estimasi yang *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimated).* Pengujian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

**a) Uji Normalitas**

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan tes *Kolmogorov Smirnov*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau juga dapat dilihat pada uji gambar *P-P Plot* jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa residu dalam model berdistribusi secara normal. Dengan menggunakan bantuan program *SPSS*, diperoleh hasil uji sebagai berikut :

**Tabel 4.19**
**Uji *Kolmogorov Smirnov***

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

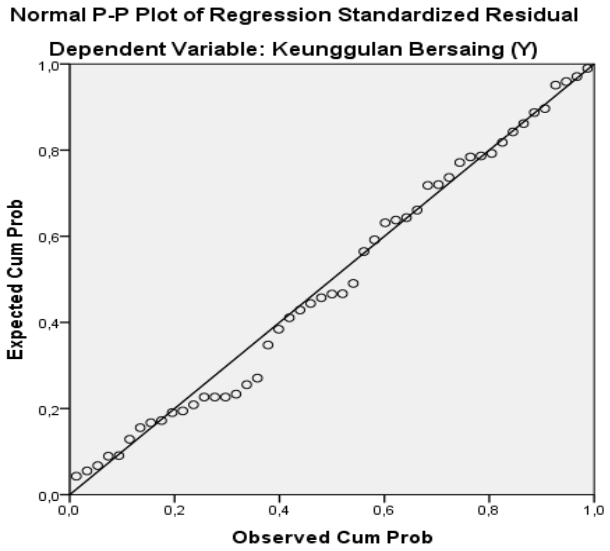
| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 49 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,49771437 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,101 |
| | Positive | ,101 |
| | Negative | -,049 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,707 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,699 |

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.




**Gambar 4.9**
**Grafik Normal *P-P Plot***

Pada gambar grafik di atas, terlihat bahwa titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa residu dalam model regresi berdistribusi secara normal.

Menurut **Singgih Santoso (2002:393)** Model regresi yang baik adlah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian.

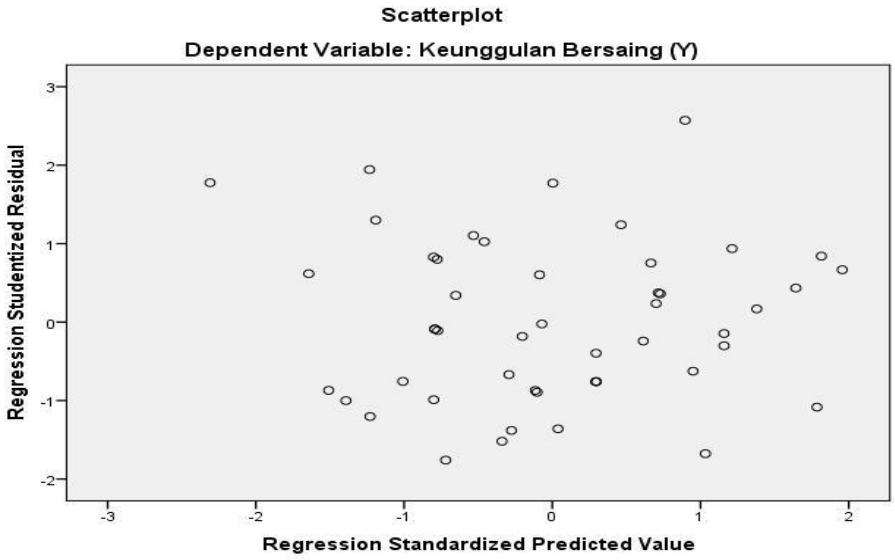
**b) Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas
- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Berikut ini dilampirkan grafik *scatterplot* untuk menganalisis apakah terjadi heterokedaktisitas atau terjadi heterokedaktisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (SRESID) dengan redsidualnya (ZPRED).




**Gambar 4.10**
**Grafik Uji Heteroskedastisitas**

Dari 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.

Menurut **Imam Ghozali (2005: 105)** Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

**c) Hasil Uji Multikolinieritas**

Uji miltikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1.

**Tabel 4.20**
**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.

Menurut **Gujarati (2003)** "Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factors (VIF)".

#### 4.4.1.1 Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing Konsumen Toko Tas Kulit *Exotic* 324 Cikutra Kota Bandung

**a. Persamaaan Regresi (*Multiple Regression*)**

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.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

| | |
|---|---|
| Y | = Nilai taksiran Keunggulan Bersaing |
| $X_1$ | = Inovasi Produk |
| $X_2$ | = Lokasi Usaha |
| $b_0$ | = Konstanta |
| $b_1$,$b_2$ | = Koefisien Regresi |

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.21**
**Hasil Estimasi Persamaan Regresi**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,912 | ,954 | | ,956 | ,344 |
| | Inovasi Produk (X1) | ,342 | ,107 | ,360 | 3,214 | ,002 |
| | Lokasi Usaha (X2) | ,381 | ,084 | ,508 | 4,535 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

Dari perhitungan regresi yang telah diolah diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

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

Koefisien yang terdapat pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$b_0$= 0,912 Artinya jika Inovasi produk dan lokasi usaha variabel bebas (X) bernilai konstan (nol) maka Keunggulan Bersaing (Y) akan bernilai sebesar 0,912.

$b_1$= 0,342 Artinya jika Inovasi Produk (X1) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,342.

$b_2$= 0,381 Artinya jika Lokasi Usaha (X2) meningkat sebesar satu dan variabel lainnya konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,381.

### 4.4.2 Analisis Korelasi

#### a. Analisis Korelasi Simultan

Analisis korelasi berfungsi untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Berdasarkan pengolahan SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.22**

**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

| Interval Koefisien Korelasi | Keeratan Hubungan |
|---|---|
| 0,00 - 0,199 | Sangat Lemah |
| 0,20 - 0,399 | Lemah |
| 0,40 - 0,599 | Cukup Kuat |
| 0,60 - 0,799 | Kuat |
| 0,80 - 1,000 | Sangat Kuat |

*Sumber: Sugiyono (2011;184)*

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 21.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.23**

**Koefisien Korelasi Simultan**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,761[a] | ,578 | ,560 | 1,52993 |

a. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha (X2), Inovasi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

Nilai R sebesar 0,761 pada output di atas menunjukkan kekuatan hubungan kedua variabel independen (Inovasi Produk dan Lokasi Usaha) secara simultan dengan Keunggulan Bersaing. Nilai korelasi sebesar 0,761 jika mengacu pada kriteria Sugiono (2013;184) "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".

**b. Analisis Korelasi Parsial**

**Tabel 4.24**
**Koefisien Korelasi Parsial**

**Correlations**

| | | Keunggulan Bersaing (Y) |
|---|---|---|
| Inovasi Produk (X1) | Pearson Correlation | ,625 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| | N | 49 |
| Lokasi Usaha (X2) | Pearson Correlation | ,696 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| | N | 49 |

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

1) **Hubungan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing**

Nilai korelasi yang diperoleh antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,625 termasuk dalam hubungan yang kuat.

Menurut **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) **Hubungan Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing**

Nilai korelasi yang diperoleh antara Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing adalah sebesar 0,696 termasuk dalam hubungan yang kuat.

Sedangkan menurut (**Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006 : 113**) dalam penelitian **Hendra Fure (2013:274)** lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Dan menurut **Stijn Claessens and Neeltje van Horen (2008:1)** Keputusan lokasi merupakan faktor penting dalam keunggulan bersaing.

### 4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi Usaha secara simultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan SPSS, diperoleh *output* sebagai berikut:

**Tabel 4.25**

**Koefisien Determinasi**

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,761[a] | ,578 | ,560 | 1,52993 |

a. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha (X2), Inovasi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

Berdasarkan tabel di atas, 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.

**Ginanjar Suendro tahun (2010) dalam Penelitian Erlina Utami (2013)** menunjukan bahwa inovasi produk yang semakin tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan. Selain itu penentuan lokasi perusahaan/pabrik sangat berpengaruh besar dalam pencapaian keunggulan bersaing.

Sedangkan untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula *Beta x Zero Order*. Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *beta* dan *zero order* sebagai berikut:

**Tabel 4.26**

**Pengaruh Parsial**

**Coefficients[a]**

| Model | | Standardized Coefficients | Correlations |
|---|---|---|---|
| | | Beta | Zero-order |
| 1 | Inovasi Produk (X1) | ,360 | ,625 |
| | Lokasi Usaha (X2) | ,508 | ,696 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut:

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Inovasi Produk | 0,360 | x | 0,625 | = | 0,225 | atau | 22,5% |
| Lokasi Usaha | 0,508 | x | 0,696 | = | 0,354 | atau | 35,4% |

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh 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%.

Lokasi adalah tempat yang meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran dan daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Menurut **(Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006 : 113).**

### 4.4.4 Uji Hipotesis

**a. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah Inovasi Produk dan Lokasi Usaha secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut.

Ho: $\beta 1\ \beta 2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

Ha : $\beta 1\ \beta 2 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan dari Inovasi Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

*Probability* = 0,05/5%
Kriteria: Tolak Ho jika nilai f hitung > f tabel, terima Ho jika nilai f hitung < f tabel.

Untuk menguji hipotesis di atas digunakan statistik uji-F yang diperoleh melalui tabel anova seperti yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.27**
**Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

**ANOVA[a]**

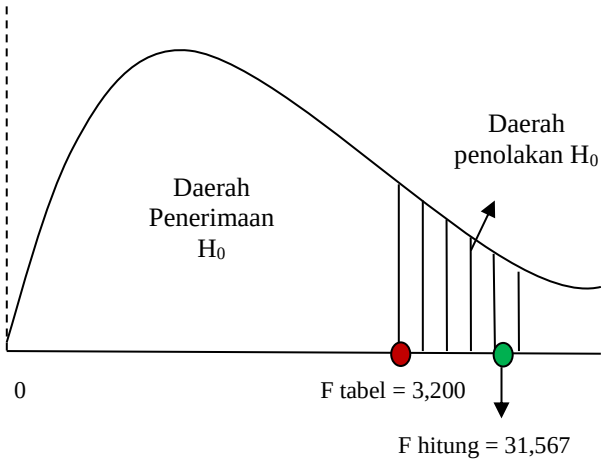
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 147,775 | 2 | 73,888 | 31,567 | ,000[b] |
| | Residual | 107,671 | 46 | 2,341 | | |
| | Total | 255,446 | 48 | | | |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi Usaha (X2), Inovasi Produk (X1)

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung}$ sebesar 31,567, nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk $\alpha = 0,05$ 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% ($\alpha$=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. Untuk memperjelas uji hipotesis tersebut dapat digambarkan dalam kurva daerah penolakan dan penerimaan Ho pada uji simultan sebagai berikut :




**Gambar 4.11**
**Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Pada Uji Simultan Terhadap Keunggulan Bersaing (Y)**

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Erlina Utami (2013)** yang menyatakan secara simultan Inovasi Produk dan Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

**b. Uji Hipotesi Parsial (Uji T)**

Pengujian hipotesis parsial (uji-t) dilakukan untuk membuktikan apakah Inovasi Produk dan Lokasi Usaha secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.28**
**Uji Hipotesis Parsial (Uji T)**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,912 | ,954 | | ,956 | ,344 |
| | Inovasi Produk (X1) | ,342 | ,107 | ,360 | 3,214 | ,002 |
| | Lokasi Usaha (X2) | ,381 | ,084 | ,508 | 4,535 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

*Sumber : Hasil pengolahan (output) SPSS*

Adapun hipotesis statistik secara parsial yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Inovasi Produk

   $Ho_1 : \beta 1 = 0$ Secara parsial Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

   $H1_1 : \beta 1 \neq 0$ Secara parsial Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

2. Lokasi usaha

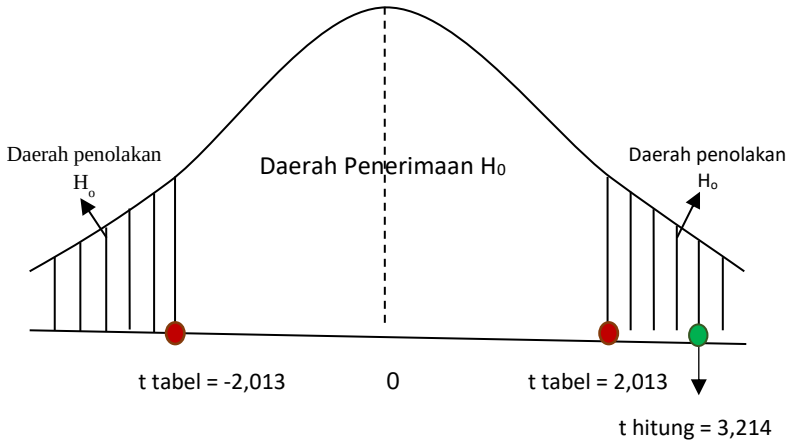
$Ho_2 : \beta 2 = 0$ Secara parsial Lokasi Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

$H1_2 : \beta 2 \neq 0$ Secara parsial Lokasi Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

Kriteria:

**Tolak $H_0$ jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ / $-t_{hitung} < -t_{tabel}$**

Tingkat signifikasnsi (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.

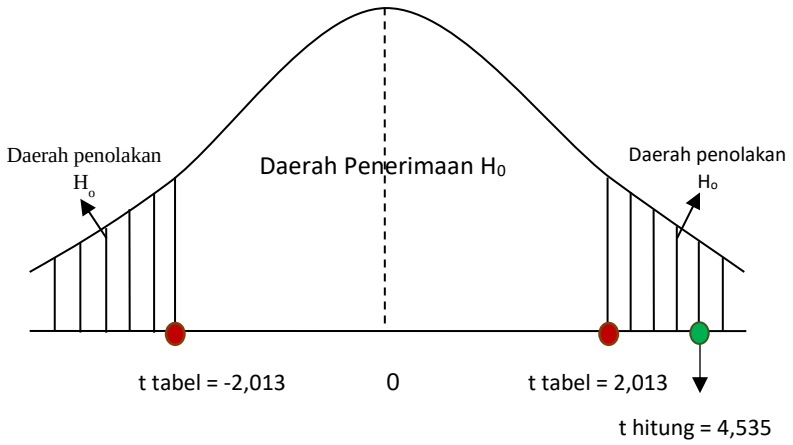



**Gambar 4.22**
**Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Inovasi Produk (X1) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y)**

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Aang Curatman Rahmadi (2013)** yang menyatakan secara parsial Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

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.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Inovasi Produk cukup berpengaruh dalam mencapai Keunggulan Bersaing.




**Gambar 4.13**
**Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Lokasi Usaha (X2) Terhadap Keunggulan Bersaing (Y)**

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh **Stijn Claessens and Neeltje van Horen (2008:1)** secara parsial Lokasi Usaha berpengaruh signifikan 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 $H_0$, sehingga $H_0$ ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan dari Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Tas Kulit Exotic 324 Cikutra Kota Bandung.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Lokasi Usaha cukup berpengaruh dalam mencapai Keunggulan Bersaing.