CASE STUDY ON COMPETITIVE ADVANTAGES AS THE IMPACT OF BUSINESS LOCATION AND INNOVATION OF PRODUCTS ONE FRIED CHICKEN BRANCH RAJAWALI KOTA BANDUNG

Pramesty Widyatmoko[1] Dwi Kartini[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
Jalan Dipatiukur no. 112-116, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
Pramwidyatmoko@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the impact of business location and product innovation on competitive advantage on one fried chicken in Rajawali branch in Bandung. The author uses the analytical method used is descriptive and verification analysis with a quantitative approach. The tool test used is multiple regression analysis. With a random sampling technique, it was obtained directly through questionnaires to 85 consumers of one fried chicken in Rajawali branch in Bandung. Hypothesis testing using F Test as Simultaneous Test and T Test as Partial Test. The writer uses Questionnaire and Interview about the advantages of competing the impact of product innovation and business location as a data gathering tool with one fried chicken consumer respondents. Descriptive research results that show that Competitive Advantages, Business Locations, and Product Innovations in One Fried Chicken of Rajawali Branch in Bandung City are in the sufficient category. Furthermore, the results of the verification research show that business location, and product innovation have a significant effect on competitive advantage both simultaneously and partially. Product Innovation Variables are the most dominant variables affecting Competitive Advantage.

Keywords : Competitive Advantage, Business Location, Product Innovation

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis saat ini sangatlah berkembang sekali dan mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Tidak terkecuali usaha yang penyajian makanan dan minuman yang di mulai dari skala yang terkecil seperti pedagang kaki lima dan warung-warung; bisnis makanan berskala menengah sepert i rumah makan dan cafe; serta yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel-hotel berbintang.

Semakin ketatnya persaingan bisn is yang ada,terutama persaingan yang ber asal dari perusahaan sejenis, membuat pe rusahaan semakin dituntut agar bergerak l ebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan k onsep pemasaran perlu mencermati perila ku konsumen dan faktorfaktor yang mem pengaruhi Keunggulan bersaingnya dala m usahausaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Tempat warung makanan di Bandung semakin marak dan telah berkembang sangat pesat salah satunya adalah One Fried Chicken yang merupakan alternatif dari warga Bandung untuk menjadikan salah satu menu makanan di rumah. Selain itu tempat pengolahan yang bersih serta rasa makanan yang enak dan juga harga yang terjangkau merupakan tujuan pembeli. Banyak warga Bandung yang memilih makanan yang terjangkau dengan rasa makanan yang enak.

Keunggulan bersaing dapat dipengaruhi kemampuan perusahaan menentukan lokasi usaha berjualan, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Proses keunggulan bersaing pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, keunggulan bersaing industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor.

Salah satunya adalah penempatan lokasi usaha yang kita sedang jalani. Dengan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh pembeli maka dengan mudah penjual menarik minat pembeli untuk membeli produk yang kita jual.

Pemilik perusahaan dapat menciptakan persepsi ini dengan berbagai cara. Menurut Porter (1994) 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”.

Salah satunya penentuan dari suatu keunggulan bersaing adalah lokasi yang tepat sebelum usaha dijalankan. Hal tersebut juga berlaku bagi usaha berskala mikro/kecil. Berdasarkan penelitian yang ada, lebih mudah mencapai kesuksesan jika memilih lokasi yang lebih dekat dengan pelanggan, sehingga bisa memberikan pelayanan yang maksimal. Salah satu strategi bisnis adalah pemilihan lokasi usaha dimana dalam pelaksanaannya pemilik usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor.

Strategi pemilihan lokasi usaha yang berdekatan dengan sasaran/ target pasar bertujuan memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Disamping dekat dengan target pasar, pemilihan lokasi usaha juga perlu mempertimbangkan keberadaan infrastruktur yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha.

Selain lokasi usaha faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi produk. Sebuah perusahaan harus mampu mengembangkan inovasi produknya agar dapat mencapai keunggulan bersaingnya. Keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan. Perusahaankecil memiliki keunggulan bersaing jika pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing.

Inovasi Produk lebih berfokus pada penciptaan citra organisasi terhadap kemampuannya untuk memperoleh simpati dari para pelanggan karena mampu memberikan produk yang sangat baik sehingga konsumen merasa sangat puas. Perusahaan seharusnya akan selalu berupaya memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen secara lebih baik daripada para pesaing.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

MAKSUD PENELITIAN

Maksud Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Produk Pada One Fried Chicken Cabang Rajawali Kota Bandung.

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana Lokasi usaha di One Fried Chicken Cabang Rajawali kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana Inovasi Produk di One Fried Chicken Cabang Rajawali kota Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana Keunggulan Bersaing di One Fried Chicken Cabang Rajawali kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk secara parsi al dan simultan terhadap keunggulan b ersaing pada One Fried Chicken Cabang Rajawali kota Bandung.

5.

6. LANDASAN TEORI

7. Lokasi adalah meru pakan salah satu faktor yang penting daam me lakukan kegiatan ekonomi yaitu p erdagangan maupun bisnis sejenis nya. Pemilihanlokasi usaha yang salah akan berakibat f atal dan sangat merugikan, karena ketika kita menjual suatu barang disuatu tempat tanpa kita mengeta hui lingkungan dan keinginan kon sumen kemungkinan besar barang yang kita tawarkan tidak akan lak u. Ini bisa saja terjadi jika apa yan g kita jual tidak sesuai dengan sel era konsumen dan kurang diminat i. Masalah semacam ini bisa dijad ikan pertimbangan juga oleh para produsen sebelum menjual barang atau mendirikan suatu bisnis.

8. Menurut Alma (2012:103) dalam Baiq Yulia Chrisnayanti Ayuningtyas dan Hening Widi Oetomo (2017)
Mengemukakan bahwa “lokasi adalah te mpat perusahaan beroperasi atau tempat p erusahaan melakukan kegiatan untuk men ghasilkan barang dan jasa yang mementin gkan segi ekonominya. Dari definisi diata s dapat disimpulkan bahwa menentukan l okasi tempat setiap bisnis merupakan sua tu tugas penting bagi pemasar, karena ke putusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai”.

9. Lokasi adalah factor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebua h gerai atau toko akan lebih sukses diban dingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, (Berman & Evans dalam Ma’ruf 2006:113) dalam penelitian Hendra Fure (2013:274)

10. Lokasi yang memiliki krite ria yang sesuai dengan harapan pelangga n adalah lokasi yang dapat menjawab sej auh mana sebuah jasa mampu bereaksi te rhadap situasi perekonomian. Lokasi berpengaru h terhadap dimensi - dimensi stratejik, seperti fleksibilitas, *competitive positioni*

ng, manajemen permintaan, dan fokus str atejik (Fitzsimmons, 1994 dalam Broery Andrew Sihombing 2014).
Pengertian inovasi produk menurut Crawf ord dan De Benedetto (2000:9) dalam Put u *et al*. (2013:66) adalah sebagai berikut:

11. "Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsionil/kegunaan nya".

12. Nasution (2005:44)dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) mendefi nisikan inovasi produk bahwa:

13. "Inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar".

14. Sedangkan pengertian inov asi produk menurut Lucas dan Farrel (20 00:217) dalam Adi Sismanto (2006) adal ah sebagai berikut:

15. "Inovasi produk merupakan proses dalam membawa teknologi yang baru untuk ditanggap".

16. Jadi yang dimaksud inovasi produk adalah proses penciptaan produk baru ata u pengembangan produk yang sudah ada menjadi produk yang benar-benar baru baik jasa atau barang yang diperkenalkan kepada pasar yang dapat membuat produ k tersebut lebih maju dari pesaing.Keung gulan bersaing adalah sesuatu yang dicar

17. i oleh setiap perusahaan, dan segala produk dalam pasar yang dimasukinya. Ferdinand (2003) dalam Agus Aji Samekto (2014 :2).

18. Sedangkan menurut Styagraha (1994:45) dalam Iva Yustisia (2016:42)
"keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan val ue added (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan".

19. Bharadwaj *et al* (1993:83) dalam Alexius Endy Budianto (2014:63) "menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strate gi yang memanfaatkan berbagai sumber d aya yang dimiliki perusahaan".

20. Sri Hadiati (2007:148)men yebutkan "bahwa Keunggulan bersaing a dalah kemampuan sebuah perusahaan unt uk menang secara konsisten dalam jangka panjang dalam stuasi persaingan".

21.

22. **PENELITIAN TERDAHULU**

23. Hasil penelitian dalam Erliana Utami (2013) menyimpulkan Lokasi Usaha dan inovasi produk secara simultan berpe ngaruh positif dan signifikan terhadap keu nggulan bersaing pada Mayasi Steak Ram en,Bentok Cabang Asia. Plaza Tasikmala ya

24. Hasil penelitian dalam Aang Curatman, Rahamadi, Soesanty Maulany, Mastur Mujib Ikhsani (2016) menyimpulkan variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

25. Hasil penelitian dalam Ratna Kusumawati (2010) menyimpulkan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

26. Hasil penelitian dalam Sensi Tribuana Dewi (2006)

menyimpulkan adanya pengaruh positif antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

27.

28. KETERKAITAN ANTAR VARIABEL

29. Menurut Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006:113) dalam Penelitia n Hendra Fure (2013:274) "lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan st rategis pada sebuah gerai atau toko akan l ebih sukses dibandingkan gerai lainnya y ang berlokasi kurang strategis". Dan men urut Stijn Claessens and Neeltjevan Horen (2008:1) keputusan lokasi merupakan faktor penting dalam keunggulan bersaing.

30. H1 : Variabel Lokasi Usaha Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing One Fried Chicken Cabang Rajawali Bandung.

31. Prakoso (2005) dalam Peneltian Ratna kusumawati (2010:59) mengatakan munculnya inovasi atau produk inovasi pada dasarnya untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahan. Sedangkan menurut Henard dan Szymanski (2001) dalam Aditya (2004) dalam penelitian Ratna Kusumawati (2010:59) "inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar". Selanjutnya dikatakan untuk memiliki keunggulan yang kompetitif maka diperlukan produk-produk yang unggul pula.

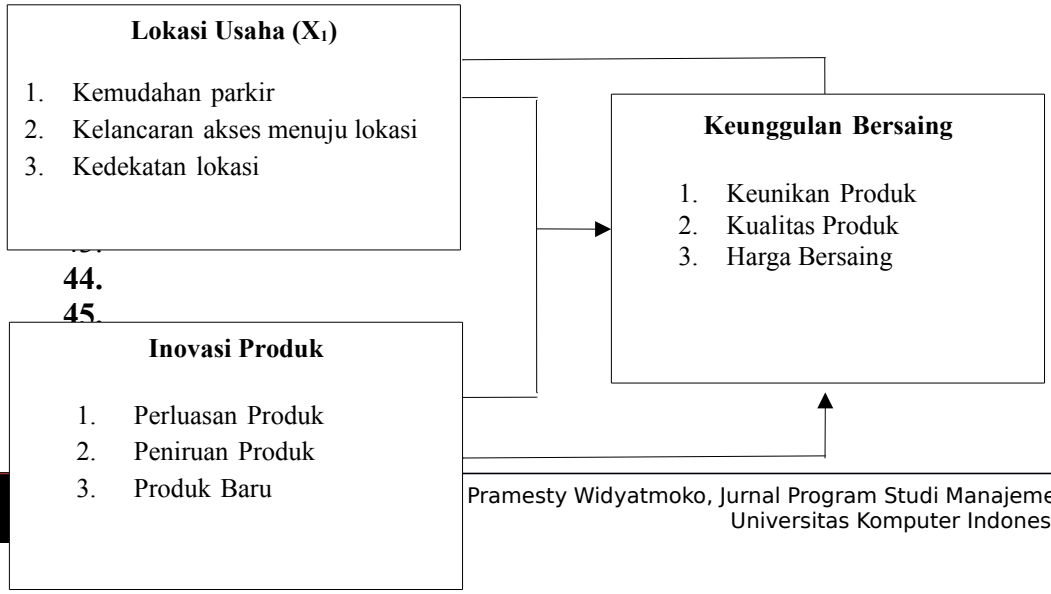
32. **H2 : Variabel Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing One Fried Chicken Cabang Rajawali Bandung.**

33. 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.

34. H3 : Variabel Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Keunggulan Bersaing One Fried Chicken Cabang Rajawali Bandung.

35.

36. KERANGKA PEMIKIRAN



44.

45.

48.
49.
50.
51.
52.

53. Skema Paradigma Penelitian

54.

55.

56.

57. METODE PENELITIAN

58. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif karena penulis pada penelitian ini akan mendeskripsikan Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap KeunggulanBersaing pada One Fried Chicken cabang Rajawali Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitianini adalah metode survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode deskriptif ini digunakan untuk mengetahui perkembangan Lokasi Usaha,Inovasi Produk, 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 Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing yang diteliti. Sehingga diperoleh bukti-bukti 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 Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada One Fried Chicken cabang Rajawali Kota Bandung.
Penelitian ini menggunakan sampel data Lokasi Usaha, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing pada One Fried Chicken cabang Rajawali Kota Bandung. Sampel data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari konsumen One Fried Chicken cabang Rajawali Kota Bandung dalam 1 bulan yaitu pada bulan Februari 2018 adalah sebanyak 85 konsumen. Regresi linier berganda digunakan sebagai rancangan analisis data. Sedangkan uji 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.

60. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

61. Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing.

Dalam perhitungannya, penulis menggun akan perhitungan komputerisasi yaitu den gan menggunakan media program kompu ter, yaitu SPSS 17 *for windows*. Hasil per hitungan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

62.

63.

64.

65.

66.

67.

68.

69. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.908	1.148		1.661	.100
	Lokasi Usaha	.279	.077	.435	3.621	.001
	Inovasi Produk	.244	.093	.314	2.614	.011

a. Dependent Variable: Keungggulan Bersaing

70.

71. Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai (a) konstanta sebesar 1.90 8 sementara untuk bX_1 sebesar 0.279dan bX_2 sebesar 0.244, dengan demikian mak a dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

72. Nilai a, b_1 dan b_2 dalam pe rsamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 1.908 + 0.279X_1 + 0.244X_2 + \varepsilon}$$

75. Dari persamaan linier berganda diatas dapat di lihat besarnya konstanta adalah 1.907 arti nya jika Lokasi Usaha dan Inovasi Produ k bernilai 0, maka Keunggulan bersaing a kan tetap bernilai 1.908.

76. Koefi sien Regresi Variabel Lokasi Usaha sebes ar 0.279 yang bernilai positif yang artiny a untuk setiap pertambahan
Lokasi Usaha sebesar satu satuan maka a kan meningkatkan Keunggulan bersaing s ebesar 0.279.

77. Koefi sien Regresi Variabel Inovasi Produk seb esar 0.244 yang bernilai positif yang artinya untuk setiap pertambahan Inovasi Produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keunggulan bersaing sebesar 0.244.

78. Hasil diatas dapat disimpulkan jika Lokasi Usaha dan Inovasi Produk mampu diterapkan, maka akan berimplikasi pada peningkatan pada keunggulan bersaing. Peningkatan yang dimaksud adalah dengan meningkatkan setiap indikator yang ada pada variabel Lokasi Usaha lebih bisa diterapkan oleh setiap pengusaha yang ada di sentra ini akan mampu berperan positif terhadap keunggulan bersaing yang dimilikinya. Begitu juga dengan selalu memperluas orientasi pasar yang ada akan bisa meningkatkan keunggulan bersaing yang positif apabila diterapkan pada di pengusaha tersebut. Hal itu menunjukan adanya peningkatan positif Lokasi Usaha dan Inovasi Produk terhadap keunggulan bersaing apabila hal tersebut terus ditingkatkan pada One Fried Chicken Cabang Rajawali Kota Bandung.

79.

80. Analisis Korelasi

81. Pengujian korelasi digunakan untu k mengetahui kuat tidaknya hubungan ant ara variabel independen terhadap variabel dependen.

83.

84.

85.

86.

87.

88.

89.

90.

91. Koefisien Korelasi Lokasi Usaha dengan Keunggulan Bersaing

Correlations

		Lokasi Usaha	Keungggulan Bersaing
Lokasi Usaha	Pearson Correlation	1	.672**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Keungggulan Bersaing	Pearson Correlation	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

92. **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

93. Berdasarkan hasil output d ari pengolahan data menggunakan progra m SPSS 17 *for windows* diatas didapatka n hasil korelasi sebesar 0.672 berdasarkan kriter ia (0.61 – 0.80), korelasi Lokasi Usaha dengan Keunggulan bersaing memiliki tin gkat korelasi cukup tinggi.Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang menunjukk an bahwa hubungan yang terjadi antara k eduanya adalah searah.

94. .

96.

97. Koefisien Korelasi Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Correlations

		Inovasi Produk	Keungggulan Bersaing
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.643**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Keungggulan Bersaing	Pearson Correlation	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

98. **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

99. Berdasarkan hasil output d ari pengolahan data menggunakan progra m SPSS 17 *for windows* diatas didapatka n hasil korelasi sebesar 0.643 berdasarka n kriteria korelasi (0.61 – 0.80) Inovasi Produk dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi.
Nilai korelasi tersebut bertanda positif ya

ng menunjukkan bahwa hubungan yang t erjadi antara keduanya adalah searah.

101. Koefisien Korelasi Simultan antara Lokasi Usaha dan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703[a]	.494	.482	1.82540

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

b. Dependent Variable: Keungggulan Bersaing

102.

103. Berdasarkan hasil output d ari pengolahan data menggunakan progra m SPSS 17 *for windows* diatas didapatkan hasil k orelasi sebesar 0.703 berdasarkan kriteria (0.61 – 0.80), korelasi Lokasi Usaha dan Inovasi Produk dengan Keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi tersebut bertanda positif yang terjadi antara keduanya adala h searah.

105.

106. Koefisien Determinasi (R_2)

107. Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui peranan semua variabe l bebas atas nilai variabel tidak bebas ditu njukkan oleh besarnya koefisien determin asi (R^2).Semakin besar nilainya maka menun jukkan bahwa persamaan regresi yang dih asilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat.

108. Hasil koefisien determinas i sebesar 0.494 atau 49.4% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Lok asi Usaha dan Inovasi Produk terhadap K eunggulan bersaing sedangkan sisanya se besar 50.6% dipengaruhi oleh variabel lain yan g tidak ada dalam penelitian ini contohny a adalah orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan lain sebagainya.

109.

114. Uji t

115. Uji-t menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel bebas secara indiv idual (lokasi usaha dan inovasi produk) terhadap variabel terikat (keunggulan bersaing) menggunakan taraf nyata α = 5% atau 0.05. Hasil uji t variabel Lokasi Usaha memiliki nilai t hitung yang lebih kecil daripada t tabel dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ya ng berarti bahwa variabel Lokasi Usaha berpengaruh positif namun tidak signifika n terhadap variabel dependen atau dengan kata lain Hoditerima dan Ha ditolak. Sedangkan Hasil uji t variabel inovasi pr oduk memiliki nilai t hitung yang lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ya ng berarti bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen ata u dengan kata lain Ho ditolak dan Ha diterima.

117. Uji F

118. Uji-F menunjukkan apakah semua variabel bebassecara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 sehingga H_o ditolak dan H_a diterima. Maka secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Lokasi Usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

120. KESIMPULAN

121. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab seb elumnya, maka diambil beberapa kesimpulan sesuai ru musan masalah sebagai beriku t :

1. Hasil penelitian mengenai Lokasi usaha One Fried Chicken cabang Rajawali rata-rata termasuk kepada kriteria Cukup Baik karena lokasi usaha One Fried Chicken cabang Rajawali memiliki tempat parkir untuk konsumen yang menggunakan sepeda motor dan lokasi usaha One Fried Chicken cabang Rajawali berdekatan dengan kegiatan sehari-hari konsumen. Hal ini ditandai dengan presepsi konsumen dengan memberikan nilai tertinggi pada pernyataan lokasi usaha yaitu kemudahan parkir pada One Fried Chicken cabang Rajawali. Sedangkan pernyataan terendah yaitu kedekatan lokasi.
2. Hasil penelitian mengenai Inovasi produk One Fried Chicken cabang Rajawali rata-rata termasuk kepada kriteria Cukup Baik karena One Fried Chicken cabang Rajawali memiliki produk yang sama dengan leader market seperti MCD, KFC, dan CFC, selain itu . Hal ini ditandai dengan presepsi konsumen dengan memberikan nilai tertinggi pada pernyataan inovasi produk yaitu peniruan produk One Fried Chicken cabang Rajawali sedangkan pernyataan terendah yaitu perluasan produk sebesar.
3. Hasil penelitian mengenai Keunggulan bersaing One Fried Chicken cabang Rajawali rata-rata termasuk kepada kriteria Cukup murah karena harga yang ditawarkan oleh One Fried Chicken cabang Rajawali masih di bawah pesaing yang lain dan bahan yang digunakan oleh One Fried Chicken cabang Rajawali memakai bahan yang berkualitas sehinggal Fried Chicken yang di tawarkan memiliki kerenyahan yang dapat bersaing. Hal ini ditandai dengan presepsi konsumen dengan memberikan nilai tertinggi pada pernyataan keunggulan bersaing yaitu harga bersaing One Fried Chicken cabang Rajawali cabang rajawali sedangkan pernyataan terendah yaitu kualitas produk.

122.

4. Penelitian pengaruh parsial dan simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen memberik an hasil sebagai berikut:
   a. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing di One Fried Chicken cabang Rajawali di peroleh hasil signifikan.
   b. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh inovasi pr oduk terhadap keunggulan bersaing di One Fried Chicken cabang Rajawali di peroleh hasil signifikan.
   c. Dari hasil penelitian secara simultan Lokasi Usaha dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap ke unggulan bersaing. Lokasi Usaha dan inovasi Produk memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap

keunggulan bersaing, dimana semakin baik lokasi usaha dan inovasi produk membuat keunggulan bersaing semakin tinggi.

124. SARAN

125. SARAN PRAKTIS

- Adapun kelemahan yang terdapat di One Fried Chicken cabang Rajawali cabang rajawali yaitu terendah kedekatan lokasi dengan konsumen. Oleh karena itu disarankan kepada manajemen One Fried Chicken cabang Rajawali untuk mendaftarkan One Fried Chicken cabang Rajawali dengan jasa ojek online seperti Gofood atau Grabfood untuk memudahkan konsumen dalam pemesanan jarak jauh
- Disarankan kepada One Fried Chicken cabang Rajawali Bandung untuk berkoordinasi dengan One Fried Chicken pusat agar dapat mengembangkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, seperti yang telah dilakukan pengembangan pada One Freid Chicken Pusat seperti menambah varian produk ayam.
- Kelamahan dari keunggulan bersaing One Fried Chicken cabang Rajawali yaitu kualitas produk. Disarankan kepada One Fried Chicken cabang Rajawali untuk memakai bahan baku memiliki kualitas yang baik agar kualitas produk yang ditawarkan seperti rasa dan tekstur ayam dapat bersaing dengan penjual fried chicken disekitar tempat usaha.
-

- **SARAN AKADEMIS**
- Bagi Peneliti Selanjutnya

- Karena penelitian ini terbatas hanya pada One Fried Chicken cabang Rajawali cabang rajawali dan penelitian ini juga terbatas hanya untuk keunggulan bersaing, lokasi usaha dan inovasi produk. Ditujukan pada peneliti selanjutnya untuk melak ukan penelitian lebih lanjut dengan menambah variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu yang paling relevan orientasi pasar. Serta melakukan penelitian pada usaha di sektor kuliner khususnya ayam goreng lainnya seperti sabana, ayam berkah bersih dan d bes'to.
-

- **REFERENSI**

- Adi Sismanto. 2006.Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasardan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Agus Aji Samekto Dan Soejanto. 2014. Strategi

Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui diversifikasi Usaha Studi Empirik pada Perushaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut PT. Teduh Makmur, Semarang

- Akbar Pitopang, "Apa kaitan lahan parkir dan tempat usaha?" (https://www.kompasiana.com/akbarisation/551a1867813311f47d9de0b9/apa-kaitan-lahan-parkir-dengan-tempat-usaha), diakses pada tanggal 20 Juli 2018.
- Alexius Endy Budianto. 2014. Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Dengan Pemanfaatan Teknologi Mobile Computing Sebagai Akselerator Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Malangi
- Anesti Felista. 2014. Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik. Bandung: Linda Karya.
- Baiq Yulia Chirisnayanti dan Hening Widi Oetomo. Harga, Loyalitas Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 6 no 8, hall 1-21, Agustus 2017 issn 2461-0593
- Broery Andrew Sihombing. Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Retail Brand Loyalty Terhadap Kesetiaan Pelanggan Toko CV. Kawani Sarana Petualang, E-Journal Graduat Unpar, Vol 1 no 1, hall 68-84 2014 issn 2355-4304
- Cynthia Vanessa Djodjobo, 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. Hal. 1214-1224. ISSN 2303-1174
- Dimas Dipo Ismoyo, 2017. Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Makanan Buffet Dinner Tehadap Kepuasan Tamu Restoran Gris di Crowne Plaza Semarang. STIEPARI, Semarang.
- Eko Budi Santoso, Ema Umilia, Belinda Ulfa Aulia, 2012. Analisis Lokasi Dan Keruangan (RP09-1209).
- Eko Nur Fu'ad. Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksessan Usaha Berskala Mikro di Komplek Shopping Centre Jepara Media Ekonomi dan Manajemen, Vol 30 no 1, 2015
- Hays, W. L., 1969. *Quantificati on in Psychology. Prentice Hall of India Private* Limited. New Delhi.
- Hendra Fure. Lokasi, Keberaga man Produk, Harga, dan Kualita s Pelayanan Pengaruhnya Terha

dap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Berhati Celaca, Jurnal EMBA, Vol 1 no 3, Hall 273-283 September 2013, issn 2303-1174

- Heri Setiawan.2012.Pengaruh O rientasi Pasar, Orientasi Teknologi danInovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November. Hal. 12-19. ISSN: 2085-1375
- Husein Umar, 2003, Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Husein, Umar. 2005. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Indriantoro, Nur, dan Supomo, Bambang. 2002. Metodologi Penelitian Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Iva Yustisia, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Sentra Susu Lembang) JURISMA Vol. 6, No 2 (2016).
- Kotler, Philip & Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid I, edisi keduabelas.Jakarta: Erlangga.
- M.Sinaga Anggiat dan Sri Hadiati, 2001. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Jakarta: Lembaga Administarsi Negara Republik Indonesia
- Monica Maria & Muhammad Yusak Anshori, Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 6. No. 1, April 2013
- Porter, M.E., 1994. Keunggulan Bersaing. Tim Penerjemah Binarupa Aksara, Binarupa Aksara, Jakarta
- Putu Sukarmen, Andi Sularso d an Deasy Wulandari. 2013. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (Persero). JEAM, Vol. XII No. 1. Hal. 64-78. ISSN: 1412-5366
- Ratna Kusumawati,. Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 5 No. 9, April 2010
- Riesta Kumala sari, Binus Malang, 2017. Pemilihan Lokasi Usaha Sebagai Salah

Satu Strategi Dalam Business Start Up.

- Sensi Tribuana Dewi. (2006). Analisi Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran(Studi Pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Tesis. Universitas Diponogoro,Semarang.
- Sugiyono 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D. Bandung : CV.Alphabeta
- Sugiyono 2011. Statistik untuk Penelitian. Bandung: CV. Alphabeta
- Suryana. 2006 Kewirausahaan. Salemba Empat, Jakarta
- Swastha, Basu DH. 2006. Manajemen Penjualan Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Th Susetyarsi, Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang, JURNAL STIE SEMARANG, VOL 4, NO 3, Edisi Oktober 2012 (ISSN : 2252-7826)
-
- Umi Narimawati. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya.Bandung : Fakultas Ekonomi UNIKOM .
-
- Umi, Narimawati., Linna, Ismawati., &Sri Dewi, Anggadini. (2010). Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM. Bekasi:Genesis.
-
- Umiyatun, "Transportasi Sebagai Pendukung Sasaran Pembangunan Nasional" (http://dephub.go.id/post/read/transportasi-sebagai-pendukung-sasaran-pembangunan-nasional), diakses pada tanggal 20 Juli 2018.
- Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani. Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah di Lombok Barat. AGORA Vol. 1, No. 1, (2013).
- William Wongso, "Kuliner Indonesia minim promosi". (http://www.beritasatu.com/food-travel/149777-mari-elka-kuliner-indonesia-minim-promosi.html), diakses pada tanggal 3 Juli 2018.
- Winardi, 2003, Entrepreneur dan Entrepreneurship, Cetakan Kedua, CV.Kencana: Jakarta.
- Yuni Istanto. 2010. Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan

Positioning Terhadap Kinerja (Suvey Pada Koperasi Serba Usaha Di Kabupaten Sleman Yogyakarta).Buletin Ekonomi, Vol. 8, No.2, 70-170.