

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA GERAJ MINUMAN X

Andi Darmawan Akbar¹

¹Ekuitas University

andiakbar2818@gmail.com

Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of product innovation and service quality on the competitive advantage of X drink stall. The study is motivated by a decline in competitive advantage, indicated by fluctuating sales trends and the emergence of consumer complaints regarding service. A quantitative research method was employed, utilizing questionnaires distributed to 100 respondents who had purchased products from X drink stall, selected via non-probability sampling. Data analysis techniques included validity and reliability testing, regression analysis, correlation and determination coefficients, and hypothesis testing (T-test and F-test) using SPSS 27 software. The results indicate that product innovation and service quality have a positive and significant impact on competitive advantage, both individually and simultaneously.

Keywords: *Product Innovation, Service Quality, Competitive Advantage.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing pada Gerai Minuman X. Latar belakang di dasari oleh penurunan keunggulan kompetitif yang diindikasikan oleh fluktuasi tren penjualan serta munculnya keluhan konsumen terkait pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner pada 100 responden yang pernah membeli di Gerai Minuman X, dengan metode non-propability sampling. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reabilitas, regresi, koefisien korelasi dan determinasi, serta pengujian hipotesis melalui uji T, uji F dengan bantuan SPSS 27. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Bersaing.

I. PENDAHULUAN

Pada perkembangan bisnis ini, terutama pada perkembangan jenis industri *Fnb*, atau yang sering disebut sebuah bisnis yang bergerak dibidang pelayanan makanan dan minuman, yang dimana mulai banyak yang berkembang, baik mulai dari inovasi rasa atau kemasan. Masyarakat mulai menyukai konsep baru dalam produk Makan dan Minuman ini, terutama konsep yang lebih kreatif. Pada *Fnb* juga terbagi kedalam beberapa kategori menurut Napu

dkk (2023) yaitu diantaranya restoran, kafetaria, kafe, kedai, makanan cepat saji, pub & bar, toko makanan, catering, kedai minuman dan lainnya.

Dengan adanya modernisasi, industri *FnB* di tuntut untuk dapat menghasilkan sebuah inovasi yang menarik agar perusahaan bisa tetap *eksis* dalam industri ini. Masyarakat terutama remaja banyak mengalami perubahan dalam melakukan pembelian, banyak yang menyukai produk yang memiliki bentuk atau rasa yang *kreatif dan inovatif* dengan kesan yang terasa kekinian. Perkembang pada *FnB* yang terus meningkat, membuat meningkatnya sebuah persaingan dan setiap perusahaan terus berjuang menjaga keunggulan bersaing bahkan juga berusaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing, melalui berbagai macam cara, baik menciptakan beragam rasa, atau bentuk kemasan.

Menurut Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023 - Badan Pusat Statistik Indonesia, Jawa Barat menjadi pemilik jumlah data provinsi dengan jumlah sekitarr 1,2 jt usaha penyediaan pelayanan makan dan minuman, dengan data tersebut bisa dikatakan persaingan berjalan begitu ketat terutama provinsi Jawa Barat, yang memiliki penyumbang terbesar dalam penyediaan usaha pada industri *FnB*, Hal tersbut juga diperkuat oleh sebuah pernyataan menggapa Jawa barat memiliki peminat yang tinggi. Menurut Fauzi (2024) Pada sektor akomodasi dan makan minum, adanya penduduk dengan jumlah yang sangat besar menyebabkan permintaan akomodasi dan makan minum permintaannya relatif tinggi.

Pada tahun 2020 tepatnya di Kota Bandung yaitu Cihampelas Walk. Salah satu merek minuman menjadi sangat tren saat itu di Indonesia sampai dimana banyak gerai yang tersebar hampir diseluruh Indonesia, banyak masyarakat yang menyukai produk yang ditawarkan yaitu Es krim dan Minuman Boba, dengan menawarkan varian dan rasa yang dianggap baru, membuat saat itu mixue memiliki keunggulan bersaing yang lebih dibanding merek lain, yang mungkin lebih dulu ada. sampai dimana sekitar 2021 atau 2022 Merek ini selalu dijuluki “Pengisi Ruko Kosong”, karena begitu cepatnya penyebaran ruko diberbagi daerah di Indonesia dan begitu besar antusias masyarakat terhadap Merek tersebut.

Merek yang dijuluki sebagai “Pengisi Ruko Kosong” dahulu, dan saat ini mulai terasa biasa saja atau bahkan jarang terdengar viral di media, yang dimana dahulu begitu Viral tahun 2022. Dengan Kondisi tersebut seharusnya merek ini menyadari akan kondisi perkembangan zaman yang akan terjadi terhadap keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing menggambarkan bahwa suatu perusahaan dapat bertindak lebih baik dibandingkan dengan

perusahaan lain walaupun mereka bergerak dalam lingkungan industri yang sama (Lestari dkk 2020).

Kebutuhan dan keinginan dari pelanggan banyak mengalami perkembangan. Oleh karena itu Inovasi Produk perlu dilakukan dilakukan. Karena Inovasi produk merupakan proses pengembangan dan pemasaran produk baru atau penyempurnaan produk yang sudah ada, yang bertujuan memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan perusahaan (Azhari & Ali, 2024).

Kemudian juga dengan ditambahkan sebuah permasalahan yang muncul pada Gerai Minuman X yang mengeluhkan akan kualitas pelayanan Gerai Minuman X yang kurang baik, banyak yang mengeluhkan akan pelayanan dari pegawai yang kurang ramah dan kurang sopan, walau pun tidak semua merasa seperti itu, tapi yang membuat Gerai Minuman X mendapat ulasan kurang baik yaitu 4.3/5 pada rating google karena adanya beberapa komentar yang negatif dan menegluh tentang pelayanan. Sebab menurut Dwiyatma dkk (2024) Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung lebih memilih penyedia layanan yang memberikan pengalaman positif dan memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEUNGGUALAN BERSAING GERAJ MINUMAN X”**.

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif mengingat fokus utama studi ini adalah melakukan penelitian terhadap fenomena yang dikaji melalui pengukuran data angka. Menurut Sugiyono, (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan pernyaaan tersbut dapat disimpulkan bahwa metode penelitian bukan sekadar alat pengumpul informasi, melainkan sebuah proses logis untuk mencapai target tertentu yang memberikan nilai guna, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun penyelesaian sebuah masalah. Dengan Teknik teknik non probability yang dimana, Menurut Sugiyono, (2023:128) *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel sampling. Pada penelitian ini juga menggunakan sebuah pendekatan *Pureposive Sampling* yang menurut

Sugiyono, (2023:133) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan itu kriteria yang digunakan dalam sample ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli di Gerai Minuman X, dengan 100 responden. Pada penelitian ini peneliti melakukan penyebaran data dengan menggunakan kuisioner dengan skala likert 1-5. Menurut Sugiyono (2023:146) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian terdapat 13 Indikator dan hasil penelitian diolah menggunakan bantuan Software SPSS versi 27.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini penulis melakukan uji validitas terhadap 30 responden. Proses pengujian validitas ini menggunakan bantuan program software SPSS versi 27,

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Pernyataan	R Hitung	R Taebl (30)	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	P1	0,789	0,360	VALID
	P2	0,808	0,360	VALID
	P3	0,713	0,360	VALID
	P4	0,781	0,360	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	P1	0,904	0,360	VALID
	P2	0,891	0,360	VALID
	P3	0,774	0,360	VALID
	P4	0,825	0,360	VALID
	P5	0,866	0,360	VALID
Keunggulan Bersaing (Y)	P1	0,748	0,360	VALID
	P2	0,858	0,360	VALID
	P3	0,864	0,360	VALID

	P4	0,812	0,360	VALID
--	----	-------	-------	-------

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2026

Berdasarkan Hasil Uji Validitas dapat diartikan bahwa seluruh indikator dinyatakan Valid karena r hitung $>$ r tabel. Karena seluruh hasil uji r tabel berada di angka diatas 0,360.

B. Hasil Uji Reliabilitas Inovasi Produk (X1)

Data tabel dibawah ini menyajikan hasil uji reliabilitas terhadap pernyataan Inovasi Produk (X1) yaitu sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai R	Keterangan
,774	4	0,60	Reliabel

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai R	Keterangan
,905	5	0,60	Reliabel

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	N of Items	Nilai R	Keterangan
,840	4	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah Penulis, 2026

Hasil uji reliabilitas menunjukan hasil setiap variabel memilki hasil yang Reliabel karena seluruhnya menghasilkan nilai Cronbach. Alpha $>$ 0,60.

C. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil dari Analisis Koefisien Determinasi, pada data tersebut menunjukkan perolehan sebesar 0,469 atau jika perenstasikan menjadi 46,9%, dengan hasil ini dapat diartikan bahwa Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan memebrikan sebuah kontribusi 46,9% terhadap Keunggulan Bersaing, dan untuk sisanya 53,1% di pengaruhi faktor lain, yang tidak diteliti pada penelitian ini.

D. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

1. Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) dapat diketahui bahwa hipotesis dengan uji t untuk Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing diuraikan sebagai berikut:
 - a. Tingkat signifikan Inovasi Produk memiliki nilai signifikan $0,005 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Nilai t hitung sebesar 2.889, dengan hasil itu jika dilihat dari perhitungan thitung $2.899 > t$ tabel 1,661 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka artinya untuk Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Pelayanan, dengan hasil ini maka Inovasi Produk mempengaruhi Keunggulan Bersaing.
2. Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing(Y) Berdasarkan Hasil pada tabel 4.31 dapat diketahui bahwa hipotesis dengan uji t untuk Inovasi Produk terhadap keunggulan Bersaing akan diuraikan sebagai berikut :
 - a. Tingkat Signifikan Inovasi Produk memiliki nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - a. Nilai t hitung sebesar 2.123, maka jika dilihat dari perhitungan thitung $2.123 > t$ tabel 1,661 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, dengan hasil ini dapat dikatakan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Keunggulan Bersaing.

E. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Memperoleh nilai Fhitung $42,773 > F$ tabel 3,09 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar $0,001 < 0,05$. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Artinya, secara simultan variabel Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing. Dengan hasil ini

hipotesis dapat dinyatakan bahwa Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan Bersaing dapat diterima.

Pembahasan

Pada bagian ini akan dijelaskan dengan detail mengenai hasil yang telah diperoleh dari kuesioner dan juga sebuah hasil dari analisis yang dilakukan secara statistik, dengan penjelasan yang berkaitan dengan pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap keunggulan bersaing Gerai Minuman X.

Pada Penelitian ini melibatkan 100 responden, dengan hasil ini akan dijelaskan secara mendalam.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Gerai Minuman X, Penulis mengambil sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Inovasi Produk terhadap Gerai Minuman X berada pada kategori Tidak baik karena, hal ini membuktikan bahwa Inovasi Produk yang dilakukan oleh Merek tersebut masih belum begitu maksimal, hasil ini juga dilandasi oleh alasan jawaban yang diberikan oleh responden, mereka menganggap produk yang dimiliki Merek tersebut kurang menghasilkan produk yang sesuai zaman, baik itu hanya perbaikan pada produk yang sudah ada atau pun menghasilkan produk yang baru, kemudian responden memiliki ekspektasi tinggi pada Merek tersebut karena meski sudah menggunakan mesin dalam prosesnya, tapi responden rata rata memberikan alasan masih biasa saja dan dianggap tidak modern, kemudian yang terakhir Merek ini dianggap kurang bisa memenuhi selera konsumen saat ini.
2. Kualitas Pelayanan terhadap Gerai Minuman X memiliki sebuah penilaian yang Tidak Baik, dengan hasil itu membuat Gerai Minuman X dinilai memiliki Kualitas Pelayanan yang perlu diperbaiki, sebab skor tersebut membuktikan perlu adanya perbaikan, dan hasil ini juga dikuatkan dengan kesimpulan alasan yang ada pada pengisian kuesioner, yang masih banyak mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Gerai Minuman X yang tidak ramah, sistem antrian yang tidak jelas, dan tempat yang

dianggap masih kurang nyaman, dengan hasil tersebut terutama perlu lebih diperhatikan adalah pada keramahan pelayan, karena didapatkan masih banyak responden merasa tidak puas perihal pelayanan terutama keramahan pada pembeli, karena ada beberapa alasan yang diberikan responden terhadap keramahan jauh dari kata baik, sebab pelayan dirasa tidak ramah.

3. Keunggulan Bersaing pada Gerai Minuman X memiliki penilaian yang Tidak Baik, karena hasilnya membuktikan bahwa keunggulan Bersaing Gerai Minuman X saat ini perlu ditingkatkan dan diperbaiki, hasil ini juga dilandasi oleh alasan jawaban responden dalam memberikan penilaian, dari rangkuman alasan yang diberikan yaitu, Gerai Minuman X tidak memiliki keunikan dan dianggap sudah banyak merek yang memiliki konsep yang sama, kemudian produk yang ditawarkan juga sudah banyak ditawarkan merek lain, dan yang terakhir adalah mereka merasa, rasa produk yang dimiliki oleh merek tersebut sudah banyak yang sama dengan merek lain.
4. Inovasi Produk dan Kualitas pelayanan hasilnya dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada Gerai Minuman X, hal ini membuktikan bahwa menurunnya keunggulan Bersaing pada Gerai Minuman X diakibatkan oleh Inovasi Produk yang dihasilkan kurang maksimal, dan Kualitas Pelayanan yang diberikan masih belum bisa membuat konsumen merasa nyaman untuk datang ke Gerai Minuman X. Dengan hasil ini maka pada inovasi Produk dapat terus dikembangkan kembali, dan yang paling penting adalah kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan, sebab hasil ini menggambarkan bahwa menurunnya keunggulan bersaing yang terjadi pada Gerai Minuman X salah satunya disebabkan oleh kualitas pelayanan yang masih kurang baik, yang membuat para konsumen merasa tidak nyaman dan sangat dimungkinkan untuk tidak kembali membeli di Gerai Minuman X.

Saran

1. Inovasi Produk yang dihasilkan Gerai Minuman X ini masih belum maksimal dalam memenuhi ekspektasi pasar saat ini, hal tersebut perlu beberapa perbaikan atau pengembangan, dan berikut ini saran yang mungkin dapat dilakukan :
 - a) Memperbarui varian rasa lebih cepat dalam merespon pasar
 - b) Menambah menu makanan pendamping, tapi jangan yang jauh dari konsep Merek, dengan contoh membuat cone es krim dengan kue, waffle, pancake keju, menambah

- makan ringan yang asin pedas dan cocok dimakan bersamaan dengan es krim atau boba. Menambah varian rasa cone yang memiliki rasa yang lebih variatif.
- c) Melakukan kolaborasi dengan merek minuman atau makan yang memiliki kecocokan, kemudian menghadirkan produk gabungan kedua merek.
 - d) Membuat desain kemasan yang lebih unik seperti, tutup minuman yang berbetuk karakter boneka, membuat varian warna pada kemasan, membuat kemasan kaleng untuk beberapa menu yang cocok, melakukan kolaborasi grafik dengan seniman lokal Indonesia, menambah unsur desain yang ada unsur lokal seperti seri kemasan batik.
 - e) Menawarkan pelayanan self service agar terasa lebih modren, seperti mesin es krim otomatis.
2. Kualitas pelayanan yang dihasilkan oleh Gerai Minuman X masih jauh dari kata baik, membuat perlu adanya perbaikan dalam proses pelayanan, dan berikut ini sara yang mungkin yang bisa dilakukan agar proses pelayanan dapat berjalan lebih baik:
- a) Membuat sistem antrian khusus bagi ojek online agar tidak tercampur konsumen biasa
 - b) memberikan penomoran saat melakukan antrian, dan angka akan dipanggil saat pesanan selesai agar tidak terjadi penumpukan dikasir
 - c) Pemberian pin warna yang berbeda setiap karyawan, dan menyediakan sebuah layar monitor dan setiap pelanggan dapat memilih setiap karyawan berpin warna apa, dan bisa memberikan penilaian langsung agar mengurangi penilai liar di media luar.
 - d) Membuat sistem yang baik, dalam proses pembuatan boba agar tahu pada waktu berapa lama boba yang dihasilkan sudah bagus dan tidak keras.
 - e) memperbaiki pintu masuk yang terlalu berdekatan dengan kasir, agar proses pemesanan dilakukan lebih nyaman.
3. Keunggulan Bersaing Pada Gerai Minuman X, memiliki kondisi yang jauh dari kata baik, dengan itu perlu adanya respon dalam mengebalikan keunggulan bersaing, dengan cara tertentu, dan berikut saran dari penulis :
- a) Menciptkan keunikan yang lebih kuat pada Merek yang cukup sulit untuk di ikuti para pesaing, seperti meningkatkan proses yang lebih modern seperti adanya

mesin self service, memiliki mesin minuman koin, memiliki konsep yang lebih unik dan fun.

- b) Meningkatkan Inovasi Produk yang lebih baik, dan membuat konsep konsep yang membawa unsur lokal, dan mencoba berinovasi dengan kombinasi produk lokal.
- c) Menawarkan harga yang sebanding dengan apa yang didapat, seperti dengan harga murah dapat melakukan mencampur rasa, atau topping.
- d) Lebih selektif dalam memilih karyawan. Agar menghasilkan pelayanan yang sangat ramah dan konsisten, agar terciptanya pandang yang selalu baik pada Gerai Minuman X.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, F., & Ali, H. (2024). *Inovasi Produk , Strategi Pemasaran , dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan*. 2(2), 72–81.
- Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). *PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, TRAINING DAN KEMAMPUAN MANAJEMEN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING*. 16(1), 1–3.
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinelu, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di CV. Mufidah Kota Gorontalo. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 76–82.
- <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/5068>
- Dwiyatma, R., Indrawijaya, S., Pelayanan, K., Bersaing, K., Kewirausahaan, O., Duren, S., Pelayanan, K., Bersaing, K., & Bisnis, K. (2024). *PELAYANAN TERHADAP KINERJA BISNIS LAUNDRY DENGAN*. 13(03), 830–844.
- Fadhilah, M., & Purnama, N. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Inovasi Produk dan Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Parfum Merek Lokal HMNS : Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Bogor*. 02(06), 154–166.
- Fauzi, G. T. (2024). *Analisis Daya Saing Wilayah dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jawa Barat*. 1, 362–381.
- Fillayata, V. E., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7–8, 969–976.
- https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAadCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_citad&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DPVAad

CwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAadCwAAAAJ%3ATQgYirikUcIC%26tzo
m%3D-420

Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *smartPLS 4.0*. Yoga Pratama.

Hariana, F. (2020). *PERUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING J & T EXPRESS DI KECAMATAN TAMAN SIDOARJO*. 2(2), 92–102.

Huong, V. T. T. (2025). *Impact of competition on product innovation : evidence from Vietnamese manufacturing enterprises*. 0326.

<https://doi.org/10.1080/15140326.2025.2602253>

Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Unruk Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*. PT RajaGrafindo Persada.

Kolter, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *MARKETING 4.0*. Pt Gramedia Pustaka Utama. <https://doi.org/978-602-06-2117-3>

Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing ManageMent*. Pearson Education.

Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelangngan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 65. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.998>

Lestari, W. A., Budianto, A., Setiawan, I., Ekonomi, F., Galuh, U., Tasikmalaya, M., Geulis, P., Tasikmalaya, M., Geulis, P., Tasikmalaya, M., Geulis, P., Tasikmalaya, M., Determinasi, K., & Produk, K. (2020). *PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)*. 2, 38–48.

Mahanani, R. S., Galushasti, A., Kurniawan, B. P. Y., & Hidayat, T. (2023). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dalam Pengembangan Model Teoritik Kinerja Bisnis Industri Beras Indonesia Di Jawa Timur. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(2), 254–280. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i2.5414>

Manao, I. K. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI UD. ANIS BERKAT KECAMATAN TELUKDALAM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 21(8), 24–30. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JIM>

Maulana, A. A., Ramadhan, M. I., Rohman, A., Imannudin, A. S., Puspita, A. D., & Retnowati, D. (2025). *Manajemen Inovasi Produk: Penerapan Konsep Pada ECCO Crush* (D. Retnowati (ed.)). (CV. Intelektual Manifes Media).

https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_INOVASI_PRODUK_PENE

RAPAN_KONSE/TX1yEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&kptab=getbook

Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A.,

Pratisti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, Sari, R. K., & Sihombing., C.

M. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN* (M. Sari (ed.)). PT. GLOBAL EKSEKUTIF

TEKNOLOGI. <https://www.researchgate.net/profile/SyahrilHasan/publication/361885796>

Manajemen_Pemasaran/links/62caa372d7bd92231fa71c6a/Manajemen-

Pemasaran.pdf

Napu, D. M., Yamini, E. A., Nurhidayat, W., Salean, F. J., Prianka, W. G., Rifai, M. S. A.,

Baswarani, D. T., Novianto, U., Fadlina, S., Deşmantyo, P. S., Darsana, D. I. M.,

Dirgantara, A. R., Sinaga, D. F., & Margarena, A. N. (2023). *PENGANTAR BISNIS*

PARIWISATA: PERHOTELAN FOOD AND BEVERAGE SERVICE, DAN

PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA (M. S. Dr. Miko Andi Wardana, S.T. (ed.)).

<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0TvBEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA>

83&dq=Kategori+FnB&ots=wE4AEjMpic&sig=q6oKa-

2TEnlhHyq3VCbi5l2tH8A&redir_esc=y#v=onepage&q=Kategori FnB&f=false

Nuryanto, U. W., Djamil, M., Sutawidjaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). Keunggulan

Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Berkelanjutan. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu*

Manajemen Dan Bisnis Islam, 6(1), 1–22.

<http://jurnal.iainpadangsidempuan.ac.id/index.php/attijarah>

Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas

Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan

sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107.

<https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>

Putri, M. W., & Prabowo, B. (2025). *THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT*

INNOVATION, AND SERVICE QUALITY ON COMPETITIVE ADVANTAGE (STUDY

ON HARTINI MSME CUSTOMERS IN PONOROGO) Melinda. 8(3), 12270–12286.

Putri, T. N., & Ali, H. (2024). *Strategi Inovasi Produk , Aliansi Strategis , dan Diversifikasi*

Portofolio Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. 2(2), 64–71.

Rahmasari, L. (2018). ANALISIS PENGARUH PENERAPAN TEKNOLOGI

INFORAMASI DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING SERTA

DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN FREIGHT FORWARDING.

Jurnal Saintek Maritim, XVIII(September), 65–75.

- Ramadhan, A. R. (2024). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Netflix*. 4(4), 845–854. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1338>
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri*. Deepublish Publisher.
- Salsabila, T. P., Nursyamsi, J., & Utomo, J. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Media Sosial Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 192–200. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.1183>
- Sudirjo, F., Koynja, J. J., N, E. Y., Hasan, H., & Sutaguna, I. N. T. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Y. Fatmilia (ed.)). YayasanPutraAdiDharma.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF dan R&D* (M. R.Ir.Sutopo.S.Pd (ed.)).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. ALFABETA BANDUNG.
- Sugiyono. (2023a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)).
- Sugiyono. (2023b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). ALFABETA.
- Surya, E. D. (2021). *Manajemen Merek* (Firman Ari). CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Syofia, K., Febriansyah, R. E., & Oetarjo, M. (2024). Pengaruh promosi , Kualitas Pelayanan , dan Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(4), 492–503.
- Zaini, A. A. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen “ Warung Bek Mu 2 ” Banjaranyar Paciran Lamongan)*. 02(02), 47–54. <https://doi.org/10.55352>.