

## **KORELASI**

**Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi**

Volume 2, 2021 | hlm 789-805

### **ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING KOPI KENANGAN DI JAKARTA SELATAN**

Muhammad Hazbi Gifari<sup>1\*</sup>, Tati handayani<sup>2</sup>, Bernadin Dwi M<sup>3</sup>

mh.gifari@upnvj.ac.id, tati.handayani@upnvj.ac.id, bernadindwim@upnvj.ac.id

\*Penulis Korespondensi

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi terhadap keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah para konsumen kopi kenangan yang pernah berkunjung ke gerai kopi kenangan yang berlokasi di Jakarta Selatan. Teknik pengumpulan sampel yang dipilih yaitu dengan *non probability sampling* dengan jenisnya yaitu *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Adapun alat analisis yang digunakan untuk membantu penelitian ini adalah SmartPLS 3.0. Selanjutnya hasil yang diberikan pada penelitian ini adalah (1) lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. (2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. (3) inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

**Kata kunci:** Keunggulan Bersaing; Lokasi Usaha; Kualitas Pelayanan dan Inovasi

#### **Abstract**

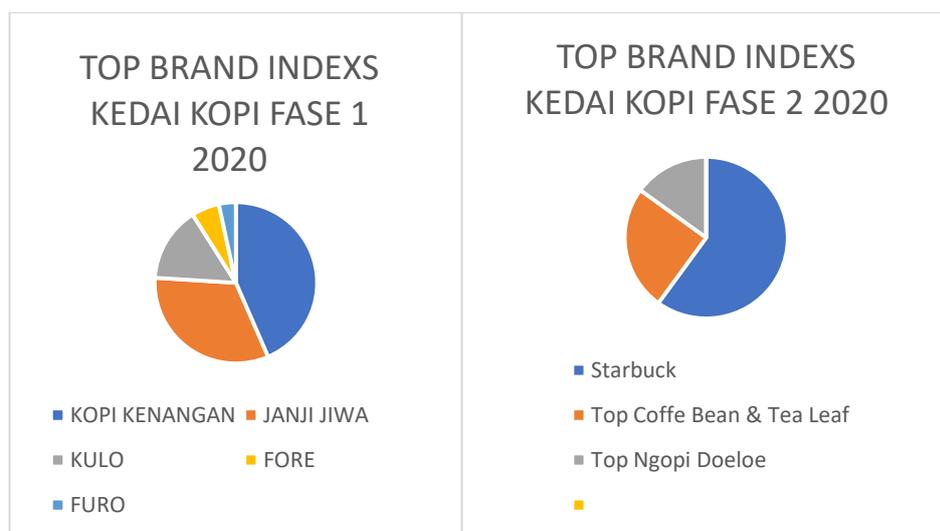
*This research is aimed at analyzing the influence of business location, service quality and innovation on the competitive advantage of memorable coffee in South Jakarta. The population chosen in this study were the coffee consumers who had been to the memory coffee shop located in South Jakarta. The sample collection technique chosen was non-probability sampling with its type, namely purposive sampling. Sources of data in this study were obtained from distributing questionnaires to 100 respondents. The analytical tool used to assist this research is SmartPLS 3.0. Furthermore, the results given in this study are (1) business location has a significant effect on competitive advantage. (2) service quality has no significant effect on competitive advantage. (3) innovation has a significant effect on competitive advantage.*

**Keywords:** *Competitive Advantage; Business Location; Service Quality and Innovation.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia semakin pesat, tidak hanya olahan makan saja, berbagai jenis olahan minuman juga banyak mendominasi (Crew, 2020). Salah satu olahan minuman yang saat ini tetap menjadi kecintaan para penikmatnya adalah kopi, terbukti menurut data bisnis minuman yang paling laris diburu konsumen pada tahun 2019 (Abdi, 2019). (Zuhriyah, 2019). Di tengah maraknya persaingan usaha kopi, salah satu kedai kopi lokal yaitu kopi kenangan ingin menyaingi dominasi starbucks yang sudah lama menjadi *Market Leader* dalam bisnis kedai kopi (Laucereno, 2019). Tekad kopi kenangan ini bukan tanpa alasan yang kuat ingin mengalahkan posisi starbucks. Kopi kenangan telah mendapatkan pasokan dana di pertengahan tahun 2019 dan awal tahun 2020 (Uly, 2019). Suntikan dana ini digunakan untuk menambah jumlah lokasi usaha yang dimiliki kopi kenangan hingga mencapai 650 unit di tahun 2020 (Pramudita, 2020). Sejak berdirinya kopi kenangan pada tahun 2018 sampai tahun 2020 ini merupakan pencapaian yang cukup signifikan. Selanjutnya untuk melihat prospek kopi kenangan ditengah pandemi ini dapat melihat top brand index kedai kopi pada fase 1 dan 2 2020:

Gambar 1. Data *Top Brand Indexs Fase 1 dan Fase 2 Tahun 2020*



Sumber: : *Index, 2020*

Data diatas menunjukkan hasil survei *TOP Brand* yang hasilnya jauh berbeda mengenai keunggulan bersaing merek kedai kopi dalam kurun waktu satu tahun dilihat dari aspek data penjualan, data pelanggan dan aspek lain. Kedudukan keunggulan bersaing antar merek kemungkinan besar akan berubah kembali pada fase berikutnya sesuai tindakan yang dilakukan perusahaan masing-masing yang menarik untuk dianalisis. Seringkali perubahan-perubahan tersebut yang menjadikan para peneliti tertarik untuk menganalisis keunggulan bersaing suatu perusahaan. Terdapat penelitian yang mengatakan inovasi mempengaruhi Keunggulan bersaing pada jenis usaha kedai kopi (Ahmad, Poernomo, Wahyudi, & Ahmad, 2019), (Puspasari & Rahardjo, 2017), (Nugraha, 2019), (Jayaningrum

& Sanawiri, 2018), (Rugian, Tewel, & Rita N. Taroreh, 2019) dan (Bertan & Alkaya, 2020).

Kemudian merujuk jurnal karangan (Zhang, 2012) dan (Riama & Cornelia, 2019), yang menyebutkan pemilihan lokasi usaha mempengaruhi juga mempengaruhi keunggulan bersaing pada usaha kedai kopi. Sedangkan dalam jurnal lain karangan (Zhang, 2012), (Рађеновић, Марковић, & Тосо, 2015), (Nugraha, 2019) dan (Wahyuni, 2018) mengatakan bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Jadi berdasarkan penelitian diatas, penulis tertarik menganalisis hubungan lokasi usaha, inovasi dan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing kopi kenangan karena adanya persaingan antar masing-masing kedai kopi ini yang semakin memanas (Laucereno, 2019).

Memanasnya persaingan kopi kenangan dengan merek kedai kopi lain dilihat dari banyaknya jumlah gerai yang mereka miliki di Jakarta Selatan. Dari total kurang lebih 1.500 gerai kedai kopi berbagai merek di kota Jakarta terdapat hampir 300 diantaranya berada di Jakarta Selatan (Setyaningsih, 2018). Kopi kenangan sendiri memiliki total 23 *outlet* yang tersebar di Ibukota, 18 diantaranya juga berada di Jakarta Selatan (Anonymous, 2020).

Dengan pertimbangan data *Top Brand Indexs* pada fase 1 dan 2 2020 yang didalamnya menjelaskan keunggulan bersaing kopi kenangan yang mengalami fluktuasi, pada periode pertama 2020 kopi kenangan berada di peringkat pertama *Top Brand Indexs*, kemudian pada periode kedua 2020 posisi kopi kenangan menurun dan tidak masuk kedalam tiga besar teratas *Top Brand Indexs* hal ini menandakan posisi kopi kenangan yang masih berubah-ubah. Kemudian adanya berita mengenai tekat kopi kenangan ingin mengalahkan keunggulan bersaing starbucks dengan memanfaatkan suntikan dana yang didapat kopi kenangan pada tahun 2019 dan diawal tahun 2020. Peneliti bermaksud meneliti keunggulan bersaing kopi kenangan pada saat ini dengan meminta pendapat konsumen kopi kenangan, melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen kopi kenangan mengenai keunggulan bersaing dengan variabel independen lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi yang dilakukan kopi kenangan. Pemilihan variabel independen lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi dipilih karena berdasarkan data penelitian terdahulu bahwa variabel independen tersebut mempengaruhi keunggulan bersaing. Peneliti memilih objek penelitian pada konsumen yang pernah melakukan pembelian pada gerai kopi kenangan yang berada di Jakarta Selatan karena mayoritas lokasi *outlet* kopi kenangan berada di Jakarta Selatan, maka penulis berinisiatif melakukan penelitian yang berjudul "ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING KOPI KENANGAN DI JAKARTA SELATAN".

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini terbagi ke dalam tiga rumusan yaitu apakah terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing, kemudian apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing, dan terakhir apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya tujuan penelitian ini berupa hasil analisis dan data yang membuktikan apakah ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing sebagai variabel dependen.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Strategi Positioning***

Strategi *positioning* merupakan menciptakan sesuatu pembeda kepada produk agar lebih unik dimata pelanggan potensial sehingga membuat merek tersebut lebih unggul dari pada pesaing sejenis (Siregar et al., 2020 hlm.101). Menurut pendapat lain strategi *positioning* adalah strategi untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan tentang merek, produk atau perusahaan di benak pelanggan, strategi menjadi penting untuk menghadapi kompetisi atau persaingan supaya unggul dalam bersaing (Fachruddin, 2019 hlm.200).

### ***Keunggulan Bersaing***

Keunggulan bersaing dapat diartikan perpaduan aktivitas perusahaan yaitu, mendesain, memproduksi, memasarkan dan menyalurkan produk kepada konsumen dengan menawarkan manfaat lebih dibanding pesaing. Adapun indikator yang harus diperhatikan perusahaan yaitu, pertama Sumber daya yang dimiliki perusahaan, waktu produk baru diluncurkan lebih dahulu dibanding pesaing (*time to market*) dan daya tarik yang membedakan dengan pesaing.

### ***Lokasi Usaha***

Lokasi usaha adalah tempat di mana melakukan kegiatan operasional bisnis, lokasi yang strategis mendorong kesuksesan bisnis. Adapun indikator yang digunakan yaitu tempat yang mudah dijangkau, dekat dengan konsumen sasaran, tata letak yang baik seperti ketersediaan parkir. Menurut buku karangan (Santoso, 2011) lokasi usaha yang bagus dapat menjadikan keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing yang sulit untuk ditiru pesaing bisnis. Sedangkan menurut penelitian (Zhang, 2012) Lokasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Ada pun menurut penelitian (Riama & Cornelia, 2019), (Nuruddin Firdaus, 2018) dan (Masyitah, 2020) Lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### ***Kualitas Pelayanan***

kualitas pelayan adalah suatu keunggulan yang dimiliki perusahaan berdasarkan penilaian pelanggan atas apa yang perusahaan berikan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut. Adapun indikatornya yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati kepada konsumen. Menurut buku yang ditulis oleh (Suryani, 2017) Diferensiasi dalam kualitas pelayanan dapat menjadikan sebab keunggulan bersaing bagi perusahaan. Sedangkan dalam buku (Atmadjati 2012) mengatakan program kualitas pelayanan yang baik atau sering disebut kualitas pelayanan prima merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Ada pun menurut penelitian (Раженović et al., 2015), (Zhang, 2012), (Nugraha, 2019) dan (Wahyuni, 2018) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

### ***Inovasi***

Inovasi adalah kegiatan pembaharuan pada elemen tertentu di perusahaan yang bertujuan untuk menghadapi kondisi terhimpit dalam persaingan. Kemudian

ada dua indikator dari inovasi, pertama pembaharuan terhadap produk atau jasa yang diciptakan perusahaan. Kedua pembaharuan teknologi yang digunakan di perusahaan. Menurut buku ciptaan (Desmaryani, 2019) Inovasi sangat penting bagi pertumbuhan perusahaan di tengah lingkungan ekonomi yang bergejolak untuk mampu bersaing dengan para kompetitor. Tanpa melakukan inovasi perusahaan tidak memiliki kemampuan dalam persaingan serta memudahkan para pesaing mengambil alih kedudukan perusahaan. Adapun menurut penelitian (Ahmad et al., 2019), (Puspasari & Rahardjo, 2017), (Nugraha, 2019), (Rugian et al., 2019), (Jayaningrum & Sanawiri, 2018) dan (Bertan & Alkaya, 2020) juga menjelaskan demikian bahwa inovasi dapat mempengaruhi keunggulan bersaing.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Populasi merupakan keseluruhan subjek dan objek dari sasaran yang akan diteliti. Subjek penelitian adalah orang atau lokasi pengambilan data variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Pengambilan sampel yang digunakan menggunakan metode *NonProbability sampling*, yaitu *Purposive sampling*. Pengambilan metode ini beralasan responden yang dipilih harus pernah mencoba produk dari Kopi kenangan untuk mengulas pengalaman mereka mengenai lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi yang diperoleh dari merek tersebut.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04 = 96 = \text{dibulatkan menjadi } 100 \text{ reponden.}$$

Hasil perhitungan rumus *Lemeshow* jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang akan tetapi dibulatkan jumlahnya menjadi 100 responden (Sujarweni w, 2015).

### ***Pengumpulan Data***

Pengumpulan data akan dilakukan dengan teknik angket atau kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan adalah dengan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang tersaji berupa angka atau numerik yaitu dapat berupa ordinal, interval atau rasio (Timotius, 2017 hlm.11). Teknik analisis yang dilakukan yaitu dengan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis inferensial meliputi pengujian hipotesis dan signifikansi. Pada penelitian ini inferensial digunakan pengujian sebagai berikut: Uji validitas, uji reliabilitas, uji *R-square* dan uji *t* (Riyanto & Hatmawan, 2020 hlm.40)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Analisis Deskriptif***

- a. Analisis Indeks Jawaban Responden Dengan Variabel Keunggulan Bersaing  
Variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini terdiri dari enam pertanyaan. Jawaban dan analisis indeks nilai terhadap variabel keunggulan bersaing dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Hasil Jawaban Responden Terhadap Keunggulan Bersaing

<b>Keunggulan Bersaing</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Total</b>	<b>Indeks</b>
<b>KB1</b>	2	15	28	51	4	100	68
<b>KB2</b>	3	16	27	31	23	100	71
<b>KB3</b>	2	18	31	43	6	100	66,6
<b>KB4</b>	4	17	37	34	8	100	65
<b>KB5</b>	4	18	18	44	16	100	70
<b>KB6</b>	5	23	20	36	16	100	67
<b>Rata – Rata Total Indeks</b>							67,93333
							3

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 11, terlihat angka tertinggi jatuh pada butir KB 2, dengan keterangan nilai indeks berjumlah 71. Mengacu pada tabel *three box methode*, angka 71 berada pada kategori sedang. Angka tersebut terdapat dalam pertanyaan KB 2 yaitu Fasilitas ruangan *smoking* atau ruangan untuk merokok yang disediakan dalam bentuk *outdoor* oleh kopi kenangan. Jadi dapat disimpulkan fasilitas ruangan *smoking* yang disediakan sudah cukup memberikan keuntungan tersendiri bagi konsumen kopi kenangan di Jakarta Selatan.

Sementara angka indeks terkecil jatuh pada butir KB 4 dengan nilai indeks sebesar 65. Mengacu pada tabel *three box methode* angka 65 tergolong sedang. Angka tersebut terdapat pada pertanyaan adanya t-shirt dan goodibag sebagai produk khusus selain kopi yang disediakan kopi kenangan menjadi ciri khas tersendiri. Jadi dapat disimpulkan t-shirt dan goodibag sebagai produk khusus yang disediakan kopi kenangan cukup baik dalam menjadikan ciri khas tersendiri.

Secara menyeluruh, angka rata-rata indeks jawaban responden terhadap variabel keunggulan bersaing adalah 67,93333. Angka tersebut tergolong pada kategori sedang. Disimpulkan bahwa keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan cukup baik, karena tingkat konsistensi kopi kenangan dalam membuat strategi untuk tetap unggul dari pesaingnya.

b. Analisis Indeks Jawaban Responden Dengan Variabel Lokasi Usaha

Variabel lokasi usaha dalam penelitian ini terdiri dari enam pertanyaan. Jawaban dan analisis indeks nilai terhadap variabel lokasi usaha dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Jawaban Responden Terhadap Lokasi Usaha

<b>Lokasi Usaha</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Total</b>	<b>Indeks</b>
<b>LU7</b>	6	17	23	40	14	100	67,8
<b>LU8</b>	3	26	22	30	19	100	67,2
<b>LU9</b>	6	14	14	43	23	100	72,6
<b>LU10</b>	2	23	9	49	17	100	71,2
<b>LU11</b>	5	15	25	43	12	100	68,4
<b>LU12</b>	8	15	19	46	12	100	67,8
<b>Rata – Rata Total Indeks</b>							69,16667

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 12, terlihat angka tertinggi jatuh pada butir LU 9, dengan keterangan nilai indeks berjumlah 72,6. Mengacu pada tabel *three box methode*, angka 72,6 berada pada kategori sedang. Angka tersebut terdapat dalam pertanyaan LU 9 yaitu Lokasi di pusat perbelanjaan dapat menguntungkan konsumen untuk melakukan pembelian. Jadi dapat disimpulkan berlokasi di pusat perbelanjaan cukup menguntungkan konsumen kopi kenangan untuk malakukan pembelian.

Sementara angka indeks terkecil jatuh pada butir LU 8 dengan nilai indeks sebesar 67,2. Mengacu pada tabel *three box methode* angka 67,2 tergolong sedang. Angka tersebut terdapat pada pertanyaan store yang tersedia cukup menyebar hingga kesudut kota. Jadi dapat disimpulkan store dari kopi kenangan cukup menyebar hingga kesudut kota.

Secara menyeluruh, angka rata- rata indeks jawaban responden terhadap variabel lokasi usaha adalah 69,16667. Angka tersebut tergolong pada kategori sedang. Disimpulkan bahwa lokasi usaha kopi kenangan di Jakarta Selatan cukup tersebar, karena jumlah dan penyebaran lokasi store kopi kenangan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam pembelian.

c. Analisis Indeks Jawaban Responden Dengan Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini terdiri dari sepuluh pertanyaan. Jawaban dan analisis indeks nilai terhadap variabel keunggulan bersaing dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Total</b>	<b>Indeks</b>
<b>KP13</b>	7	14	18	51	10	100	68,6
<b>KP14</b>	7	16	18	43	16	100	69
<b>KP15</b>	1	20	19	49	11	100	69,8
<b>KP16</b>	3	18	17	53	9	100	69,4
<b>KP17</b>	3	17	22	44	14	100	69,8
<b>KP18</b>	4	20	26	37	13	100	67
<b>KP19</b>	0	21	16	36	27	100	73,8
<b>KP20</b>	2	19	29	42	8	100	67
<b>KP21</b>	2	17	23	43	15	100	70,4
<b>KP22</b>	0	14	17	53	16	100	74,2
<b>Rata – Rata Total Indeks</b>							<b>69,9</b>

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 13, terlihat angka tertinggi jatuh pada butir KP 22, dengan keterangan nilai indeks berjumlah 74,2. Mengacu pada tabel *three box methode*, angka 74,2 berada pada kategori tinggi. Angka tersebut terdapat dalam pertanyaan KP 22 yaitu menerapkan protocol kesehatan demi kebaikan konsumen. Jadi dapat disimpulkan menerapkan protocol kesehatan bagi konsumen yang dilakukan kopi kenangan sudah sangat baik dilakukan.

Sementara angka indeks terkecil jatuh pada butir KP 18 dan KP 20 dengan nilai indeks sebesar 67. Mengacu pada tabel three box methode angka 67 tergolong sedang. Pertanyaan butir KP 18 adalah berbagai permintaan konsumen terlayani dengan baik. Jadi dapat disimpulkan berbagai macam permintaan konsumen kopi kenangan cukup terlayani dengan baik. Kemudian pertanyaan KP 20 adalah kopi kenangan siap mengganti produk yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan konsumen. Jadi dapat disimpulkan kopi kenangan cukup bertanggung jawab dalam mengganti pesanan konsumen yang salah dengan apa yang dipesan konsumen.

Secara menyeluruh, angka rata-rata indeks jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan adalah 69,9. Angka tersebut tergolong pada kategori sedang. Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan kopi kenangan di Jakarta Selatan cukup baik, karena barista yang dimiliki kopi kenangan telah lulus standar Asosiasi kopi Indonesia.

d. Analisis Indeks Jawaban Responden Dengan Variabel Inovasi

Variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini terdiri dari empat pertanyaan. Jawaban dan analisis indeks nilai terhadap variabel keunggulan bersaing dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4 Hasil Jawaban Responden Terhadap Inovasi

<b>Inovasi</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Total</b>	<b>Indeks</b>
<b>IN23</b>	2	18	23	41	16	100	70,2
<b>IN24</b>	0	14	18	53	15	100	73,8
<b>IN25</b>	1	15	12	47	25	100	76
<b>IN26</b>	1	32	13	33	21	100	68,2
<b>Rata – Rata Total Indeks</b>							<b>72,05</b>

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 14, terlihat angka tertinggi jatuh pada butir IN 25, dengan keterangan nilai indeks berjumlah 76. Mengacu pada tabel *three box methode*, angka 76 berada pada kategori tinggi. Angka tersebut terdapat dalam pertanyaan IN 25 yaitu proses pemesanan kopi menggunakan QR kode mempermudah konsumen agar produk tidak tertukar. Jadi dapat dikatakan proses pemesanan kopi menggunakan QR kode sudah sangat baik dalam memudahkan konsumen agar produk tidak tertukar.

Sementara angka indeks terkecil jatuh pada butir IN 26 dengan nilai indeks sebesar 68,2. Mengacu pada tabel three box methode angka 68,2 tergolong sedang. Angka tersebut terdapat pada pertanyaan perubahan varian rasa rutin dilakukan untuk menarik minat konsumen. Jadi dapat disimpulkan perubahan varian rasa sudah cukup rutin dilakukan untuk menarik minat konsumen.

Secara menyeluruh, angka rata-rata indeks jawaban responden terhadap variabel inovasi adalah 72,05. Angka tersebut tergolong pada kategori sedang. Disimpulkan bahwa inovasi yang dilakukan kopi kenangan di Jakarta Selatan cukup baik, karena tingkat konsistensi kopi kenangan dalam membuat

pembaharuan menu dan kemajuan di bidang teknologi sudah menyesuaikan dengan kondisi pasar dan perkembangan zaman.

***Uji Validitas Konvergen***

Pengujian validitas konvergen bertujuan melihat korelasi dari setiap komponen indikator terhadap variabel jika hasil *loading factor* lebih besar dari 0.50. Berikut ini merupakan perhitungan *loading factor* setiap komponen dalam indikator dari variabel keunggulan bersaing, lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi:

Tabel 5 Hasil Nilai *Outer Loading Factor*

	<b>KEUNGGULAN BERSAING (Y)</b>	<b>LOKASI USAHA (X1)</b>	<b>KUALITAS PELAYANAN (X2)</b>	<b>INOVASI (X3)</b>
<b>KB 1</b>	0.711			
<b>KB 2</b>	0.667			
<b>KB 3</b>	0.761			
<b>KB 4</b>	0.745			
<b>KB 6</b>	0.706			
<b>LU 7</b>		0.840		
<b>LU 8</b>		0.748		
<b>LU 9</b>		0.800		
<b>LU 10</b>		0.846		
<b>LU 11</b>		0.777		
<b>LU 12</b>		0.770		
<b>KP 13</b>			0.621	
<b>KP14</b>			0.675	
<b>KP15</b>			0.778	
<b>KP 16</b>			0.807	
<b>KP 17</b>			0.672	
<b>KP 18</b>			0.747	
<b>KP 19</b>			0.725	
<b>KP 20</b>			0.744	
<b>KP 21</b>			0.702	
<b>KP 22</b>			0.719	
<b>IN 23</b>				0.812
<b>IN 24</b>				0.839
<b>IN 25</b>				0.889
<b>IN 26</b>				0.632

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.0

Dapat dilihat dari tampilan tabel 15 bahwa nilai *loading factor* secara keseluruhan sudah melebihi 0.50 pada setiap indikator pertanyaan. Posisi angka *loading factor* terbesar terdapat pada butir IN 25 dengan nilai 0.889 dan angka terendah yaitu butir KP 13 dengan nilai 0.621. Maka dari itu secara keseluruhan indikator yang digunakan telah lulus uji validitas konvergen dan dinyatakan valid.

**Uji Validitas Diskriminan**

Pengujian validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan akurasi tiap variabel penelitian. Hasil perhitungan yang dilakukan menunjukkan nilai *Fornell-Lacker Criterion* dan nilai AVE dari komposisi variabel setiap indikator yaitu keunggulan bersaing, lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi. Berikut ini merupakan skor nilai *fornell- Larcker Criterium* yang didapat:

Tabel 6 Hasil Nilai *Fornell- Larcker Criterium*

	<b>INOVASI</b>	<b>KEUNGGULAN BERSAING</b>	<b>KUALITAS PELAYANAN</b>	<b>LOKASI USAHA</b>
<b>INOVASI (X3)</b>	<b>0.799</b>			
<b>KEUNGGULAN BERSAING (Y)</b>	0.673	<b>0.719</b>		
<b>KUALITAS PELAYANAN (X2)</b>	0.693	0.607	<b>0.721</b>	
<b>LOKASI USAHA (X1)</b>	0.651	0.666	0.686	<b>0.798</b>

Sumber: Hasil *Output SmartPLS3.0*

Terlihat pada tabel 16 diatas, bahwa secara keseluruhan nilai konstruk variabel pada validitas diskriminan yang diperoleh semuanya lebih besar dari 0.6. Masing - masing variabel mempunyai nilai yang berbeda- beda, variabel lokasi usaha (X1) sebesar 0.798, variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0.721, variabel inovasi (X3) sebesar 0.799 dan variabel keunggulan bersaing (Y) sebesar 0.719. Maka konstruk lokasi usaha, kualitas pelayanan, inovasi dan keunggulan bersaing dapat dikatakan lulus validitas diskriminan.

Kemudian terdapat metode *square root of average variance extracted* (AVE) yang juga berfungsi untuk melihat nilai validitas diskriminan. Nilai AVE haruslah diatas 0.50 untuk dinyatakan valid dan diterima (Riyanto & Hatmawan, 2020 hlm.248). Berikut ini merupakan tabel AVE yang didapat:

Tabel 7 Hasil Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
1	Keunggulan Bersaing (Y)	0.517
2	Lokasi Usaha (X1)	0.636
3	Kualitas Pelayanan (X2)	0.519
4	Inovasi (X3)	0.638

Sumber: Hasil *Output Smart PLS3.0*

Terlihat dari tabel 17 diatas, besarnya nilai AVE yang diperoleh dari perhitungan pertanyaan setiap indikator bahwa semuanya  $>0.50$ . Variabel yang memiliki nilai AVE terendah yaitu keunggulan bersaing sebesar 0.517 dan AVE tertinggi yaitu inovasi sebesar 0.638. Maka disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing, lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi dinyatakan valid atau kebenaran data telah memenuhi persyaratan.

### ***Uji Reliabilitas***

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk melihat tingkat keandalan suatu penelitian. Dari perhitungan yang dilakukan dilihat skor *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* untuk menentukan penelitian tersebut reliabel atau tidak. Angka yang diperoleh haruslah diatas 0.6 menurut (Ghozali, 2014 hlm.43) dan menurut pendapat lain harus diatas 0.7 (Riyanto & Hatmawan, 2020 hlm.248) supaya penelitian tersebut dinyatakan reliabel. Berikut ini nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang didapat:

Tabel 8 Hasil Nilai *Composite Reliability*

	<i>Composite reliability</i>
<b>Keunggulan Bersaing</b>	0.842
<b>Lokasi Usaha</b>	0.913
<b>Kualitas Pelayanan</b>	0.915
<b>Inovasi</b>	0.874

Sumber: Hasil *Output SmartPLS 3.0*

Terlihat dari tabel 18 diatas, angka yang dihasilkan dari *Composite Reliability* setiap variabel yaitu keunggulan bersaing, lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi berada di posisi melebihi 0.60. Dengan variabel terendah yaitu keunggulan bersaing sebesar 0.842 dan variabel tertinggi yaitu kualitas pelayanan sebesar 0.915. Maka disimpulkan secara keseluruhan seluruh komponen variabel dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan. Kemudian uji reliabilitas juga dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari perhitungan setiap indikator.

Tabel 9 Hasil Nilai *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>
<b>Keunggulan Bersaing</b>	0.766
<b>Lokasi Usaha</b>	0.885
<b>Kualitas Pelayanan</b>	0.896

<b>Inovasi</b>	0.808
----------------	-------

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.0

Terlihat dari tabel 19. Persyaratan hasil perhitungan *Cronbach's Alpha* yang diperoleh harus >0.60 supaya dapat dikatakan reliabel, data pada tabel 19 menunjukkan seluruh komponen variabel memiliki *Cronbach's Alpha* diatas 0.60. Dengan variabel terendah yaitu keunggulan bersaing sebesar 0.766 dan variabel tertinggi yaitu kualitas pelayanan sebesar 0.896. Maka disimpulkan secara keseluruhan komponen variabel dinyatakan reliabel atau dengan kata lain komponen sudah dapat diandalkan untuk dilanjutkan dalam penelitian.

**R Square**

Pengujian *R Square* bertujuan untuk melihat kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian *R Square* sering disebut juga koefisien determinasi. Berikut ini merupakan perhitungan *R Square* yang didapat:

Tabel 10 Hasil Nilai *R Square*

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Keunggulan Bersaing</b>	0.548	0.534

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.0

Terlihat dari tabel 20 diatas, perolehan nilai *R Square* untuk variabel keunggulan bersaing yaitu sebesar 0.548. Maka angka tersebut memiliki arti pengaruh variabel lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi terhadap keunggulan bersaing yaitu 54.8% dan sisanya berjumlah 45.2% dapat dipengaruhi faktor lain misalnya harga, diferensiasi, kualitas produk dan promosi.

Adapun nilai dari *R Square Adjusted* dari tabel 19 terlihat sebesar 0.534. Maka angka tersebut memiliki arti pengaruh variabel lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi terhadap keunggulan bersaing yaitu 53.4% dan sisanya berjumlah 46.6% dapat dipengaruhi faktor lain.

**Uji Hipotesis**

**Uji t - Statistik**

Pengujian t- statistik atau uji parsial bertujuan untuk melihat pengaruh signifikansi antar variabel. Variabel tersebut adalah lokasi usaha (X1), kualitas pelayanan (X2) dan inovasi (X3) terhadap keunggulan bersaing (Y). Diketahui t-table sebesar 1.66088 yang diperoleh dari rumus  $df = n - k$  yaitu  $df = 100 - 4 = 96$ , derajat kepercayaan sebesar 10% atau 0.1 sesuai dengan perumusan *lemes show*. Berikut ini hasil perhitungan uji t dengan alat analisis Smart PLS 3.0:

Tabel 11 Hasil Pengujian t - Statistik

	<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sampel Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O-M /STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<b>Lokasi Usaha → Keunggulan Bersaing</b>	0.349	0.348	0.126	2.782	0.006
<b>Kualitas Pelayanan → Keunggulan Bersaing</b>	0.113	0.124	0.104	1.092	0.275
<b>Inovasi → Keunggulan Bersaing</b>	0.367	0.365	0.108	3.409	0.001

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.0

Terlihat pada tabel 21 diatas terdapat hasil perhitungan uji t pada variabel lokasi usaha terhadap variabel keunggulan bersaing, dari hasil perhitungan nilai t hitung  $2.782 >$  nilai t tabel  $1.66088$  yang mengartikan lokasi usaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kemudian hasil perhitungan variabel lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing mendapat *P Value* sebesar  $0.006 < 0.1$ . Maka disimpulkan variabel lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kemudian hasil perhitungan uji t pada variabel kualitas pelayanan terhadap variabel keunggulan bersaing, dari hasil perhitungan nilai t hitung  $1.092 <$  nilai t tabel  $1.66088$  yang mengartikan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kemudian hasil perhitungan variabel kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing mendapat *P Value* sebesar  $0.275 > 0.1$ . Maka disimpulkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Selanjutnya hasil perhitungan uji t pada variabel inovasi terhadap variabel keunggulan bersaing, dari hasil perhitungan nilai t hitung  $3.409 >$  nilai t tabel  $1.66088$  yang mengartikan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Kemudian hasil perhitungan variabel inovasi terhadap keunggulan bersaing mendapat *P Value* sebesar  $0.001 < 0.1$ . Maka disimpulkan variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### ***Pembahasan***

#### ***Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing***

Dilihat dari hasil analisis yang dilakukan berkaitan dengan variabel lokasi usaha (X1), *output* yang diperoleh membuktikan ada hubungan positif antara lokasi usaha terhadap keunggulan bersaing. Maka dari itu sebagai hasil akhir disimpulkan lokasi usaha dari kopi kenangan memberikan keunggulan dalam persaingan usaha antar kedai kopi dimata konsumen kopi kenangan di Jakarta Selatan. Kemudian ada kesesuaian penelitian (Riama & Cornelia, 2019), (Zhang,

2012), (Masyitah, 2020) dan (Nuruddin Firdaus, 2018) yang menyatakan lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### ***Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing***

Dilihat dari hasil analisis yang dilakukan berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan (X2), *output* yang diperoleh membuktikan ada hubungan lemah antara kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu sebagai hasil akhir disimpulkan kualitas pelayanan dari kopi kenangan tidak memberikan keunggulan dalam persaingan usaha antar kedai kopi dimata konsumen kopi kenangan di Jakarta Selatan. Terdapat kesesuaian penelitian (Ramadhan, 2019), (Anastasia Makalew, L. Mananeke, & N. Tawas, 2016) dan (Arraniri, 2019) yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, serta adanya pendapat responden dari salah satu lembaga survei ternama yang mengatakan kualitas pelayanan dari kopi kenangan masih perlu diperbaiki (Fanny, 2020). Akan tetapi penelitian ini bertentangan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing. Adapun penelitian yang mengatakan demikian adalah (Paђеновић et al., 2015), (Nugraha, 2019) dan (Wahyuni, 2018).

### ***Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing***

Dilihat dari hasil analisis yang dilakukan berkaitan dengan variabel inovasi (X3), *output* yang diperoleh membuktikan ada hubungan positif antara inovasi terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan data tersebut sebagai hasil akhir disimpulkan inovasi dari kopi kenangan memberikan keunggulan dalam persaingan usaha antar kedai kopi dimata konsumen kopi kenangan di Jakarta Selatan. Kemudian ada kesesuaian penelitian (Nugraha, 2019), (Ahmad et al., 2019), (Puspasari & Rahardjo, 2017) dan (Rugian et al., 2019) yang menyatakan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian yang dilakukan dengan variabel lokasi usaha (X1) yaitu, lokasi usaha terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan. Maknanya, salah satu faktor dari keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan pada saat ini dipengaruhi oleh lokasi usaha yang dipilih kopi kenangan.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan variabel kualitas produk (X2) yaitu, kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh terhadap keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan. Maknanya, kualitas pelayanan bukan merupakan salah satu faktor dari keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan. Kualitas pelayanan yang dimaksud meliputi sarana dan prasarana yang dipilih, kualitas SDM serta SOP pelayanan dari kopi kenangan di Jakarta Selatan kurang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan variabel inovasi (X3) yaitu, inovasi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan. Maknanya, salah satu faktor dari keunggulan

bersaing kopi kenangan di Jakarta Selatan pada saat ini dipengaruhi oleh inovasi yang dilakukan kopi kenangan.

Adapun saran pada penelitian ini adalah perlu adanya perbaikan pada kualitas pelayanan yang dilakukan, seperti memperbaiki mekanisme pembayaran pesanan agar konsumen tidak terlalu lama mengantre, menambah jumlah karyawan di setiap gerai supaya mempercepat mekanisme pemesanan, meningkatkan standart pelatihan di akademi barista yang telah dibuat oleh kopi kenangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kopi kenangan dalam rangka unggul dalam persaingan. Serta dibutuhkan adanya peningkatan pada variabel lokasi usaha dan inovasi, seperti menambah jumlah lokasi usaha yang dimiliki kopi kenangan, memperbanyak variasi menu dan membuat trobosan – trobosan baru kembali dibidang *nonfood*.

Penulisan penelitian ini mengalami keterbatasan yaitu sangat sedikitnya referensi penelitian terdahulu yang mengambil variabel lokasi usaha, kualitas pelayanan dan inovasi yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing didalam satu penelitian utuh. Kemudian kurangnya referensi penelitian terdahulu dengan variabel yang sama tetapi menggunakan objek kedai kopi khususnya kopi kenangan. Serta terbatasnya ruang gerak penelitian karena dilaksanakan di kota Jakarta yang sedang menerapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dalam masa pandemi Covid -19.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2019). 4 Bisnis Waralaba Minuman Terlaris di Indonesia, Kenali Berbagai Keuntungannya. *Liputan6.Com*. Retrieved from <https://hot.liputan6.com/read/4292715/4-bisnis-waralaba-minuman-terlaris-di-indonesia-kenali-berbagai-keuntungannya>
- Ahmad, R., Poernomo, D., Wahyudi, E., & Ahmad, A. R. (2019). *Research Article The Effect Of Reflection Orientation , Innovation And Competitive Advantage On Business Growth In A Café*.
- Anastasia Makalew, G., L. Mananeke, L., & N. Tawas, H. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *Emba*, 4(3), 531–544.
- Annonymous. (2020). Cari “starbuck” di “Kota Jakarta Selatan, Jakarta.” *LOveIndonesia Directory*. Retrieved from <https://loveindonesia.com/directory/id/jakarta/search/business=starbuck%7Clocation=Kota+Jakarta+Selatan%2C+Jakarta/0/1>
- Arraniri, I. (2019). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1), 0–13. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i1.1856>
- Atmadjati, A. (2012). *Layanan Prima dalam Praktek saat ini*. Sidoarjo: deepublish.
- Bertan, S., & Alkaya, S. (2020). *Impact of innovation applications in restaurants on competitive advantage*. 11(1), 379–390.

- Crew, I. (2020). 7 Ide Bisnis Kuliner Paling Menjanjikan di Tahun 2020. *Intera Aktif*. Retrieved from <https://interactive.co.id/blog/7-ide-bisnis-kuliner-paling-menjanjikan-di-tahun-2020-187.html>
- Desmaryani, S. (2019). *Wirausaha dan Daya Saing*. Sidoarjo: deepublish.
- Fachruddin, A. (2019). *journalism today*. Jakarta: kencana.
- Fanny. (2020). Review untuk Kopi Kenangan. *Traveloka.Com*. Retrieved from <https://www.traveloka.com/id-id/restaurants/indonesia/detail/kopi-kenangan-central-park-86786/reviews>
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS), Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Index, T. B. (2010). *top brand*. Jakarta.
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2227>
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah: (KTI)*. Yogyakarta: cv budi utama.
- Laucereno, F. (2019). Dimodali Jay-Z Cs, Kopi Kenangan Bisa Head-to-head Lawan Starbucks? *Detikfinance.Com*.
- Masyitah, E. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Kedai Kopi / Roti Akur Rantauprapat*.
- Nugraha, H. H. (2019). Perhatikan dengan betul apa yang akan diberikan perusahaan kepada setiap pelanggannya. Berikan kesan yang memuaskan kepada setiap pelanggan agar mereka tidak pindah ke pesaing. Tambahkan nilai tambah di setiap produknya baik itu pelayanan, inovasi atau ya. *Statistical Field Theor*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nuruddin Firdaus. (2018). *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Warung Kopi Bosque Kota Malang*. 26–27.
- Pramudita, B. A. (2020). Strategi Bisnis Kopi Kenangan: Tambah Kedai Hingga Ekspansi. *Wartaekonomi.Co.Id*. Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read273521/strategi-bisnis-kopi-kenangan-tambah-kedai-hingga-ekspansi#:~:text=Saat ini%2C Kopi Kenangan sudah,1.200 unit kedai di Indonesia.>
- Puspasari, E. L., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–8.
- Ramadhan, I. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Diferensiasi Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Supermarket Ana Swalayan Kemantran Kabupaten Tegal. *Ayan*, 8(5), 55. Retrieved from [file:///C:/Users/Muhammad Hazbi Giš/Documents/Skripsi/Semro/Setelah Sempro/kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.pdf](file:///C:/Users/Muhammad%20Hazbi%20Gi%C5%99/Documents/Skripsi/Semro/Setelah%20Sempro/kualitas%20pelayanan%20tidak%20berpengaruh%20terhadap%20keunggulan%20bersaing.pdf)

- Riama, B., & Cornelia, A. (2019). *Analisis Pelaksanaan Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing ( Studi pada : Ristreeto Coffee House Jl . Dr . Mansyur )*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Penelitian, Metode riset penelitian kuantitatif: penelitian bidang manajemen, Teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta: cv budi utama.
- Rugian, M. S., Tewel, B., & Rita N. Taroreh. (2019). The Effect Of Human Resources Competence And Innovation On The Competitive Advantage Of Modern Coffee Houses In Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5943–5952. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26575>
- Santoso, B. (2011). *SOUL OUT*. Jakarta: PT Elex media komputindo.
- Setyaningsih, L. (2018). Kedai Kopi Terus Tumbuh, di Jakarta dan Sekitarnya Diperkirakan Ada 1.500 Kedai Kopi Artikel ini telah tayang di Wartakotalive dengan judul Kedai Kopi Terus Tumbuh, di Jakarta dan Sekitarnya Diperkirakan Ada 1.500 Kedai Kopi, <https://wartakota.tribunnews>. *Tribun News.Com*.
- Siregar, R. T., Purba, S., Nurmiati, N., Mustar, Mustar, Ferdinandus, A. Y., ... S, H. (2020). *Manajemen Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sujarweni w. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategi Bank di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia grup.
- Timotius, kris H. (2017). *Pengantar metodologi penelitian pendekatan manajemen pengetahuan untuk perkembangan pengetahuan*. Yogyakarta: Andi.
- Uly, Y. A. (2019, June). Kopi Kenangan Disuntik Rp288 Miliar oleh Investor India. *Ekonomy.Okezon.Com*. Retrieved from <https://economy.okezone.com/read/2019/06/25/320/2070632/kopi-kenangan-disuntik-rp288-miliar-oleh-investor-india#:~:text=JAKARTA - Kopi Kenangan%2C toko ritel,Sequoia India%2C perusahaan modal ventura>.
- Wahyuni, R. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Keunggulan Bersaing (Study Pada Cafe Magnolia Jombang). *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 7(2), 1–16.
- Zhang, Z. (2012). Management Science and Engineering Study on Competitive Advantages of Starbucks Surfers' Paradise Coffee Shop. *Management Science and Engineering*, 6(3), 16–21. <https://doi.org/10.3968/j.mse.1913035X20120603.1788>
- Zuhriyah, D. A. (2019). Industri Kedai Kopi Ditaksir Tumbuh 20% Tahun. *Bisnis.Com*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190822/12/1139918/industri-kedai-kopi-ditaksir-tumbuh-20-tahun-ini>
- Рађеновић, М., Марковић, А. Т., & Тосо, Р. (2015). *Квалитет понуде кафе као извор конкурентске предности угоститељских објеката The quality of coffee offer in the restaurant sectoras a source of competitive advantage*. 4(1), 43–52.