



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING**

(Studi Pada Konsumen Alfath Coffee & Space Merjosari)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

WENNY ENGGAR PRATIWI

NPM 21901092001



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2023**

RINGKASAN

Wenny Enggar Pratiwi, 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Konsumen Alfath Coffee & Space Merjosari)”. Dosen Pembimbing I: Prof. Drs. Mohammad Mas’ud Said, MM., Ph.D. Dosen Pembimbing II: Daris Zunaida, S.AB., M.AB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial maupun simultan terhadap keunggulan bersaing. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diolah menggunakan IBM SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan yaitu karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,759 > 1,985$) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). *Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan yaitu karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,204 > 1,985$) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). *Responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan yaitu karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,128 > 1,985$) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,050$). *Assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan yaitu karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,453 > 1,985$) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). *Emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan yaitu karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,787 > 1,985$) dan signifikan t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,050$). Hasil Uji F yang telah dilakukan, bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($267,419 > 2,31$) dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,050$. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,931. Artinya variabel terikat Keunggulan Bersaing (Y) mampu dijelaskan 93,1% oleh variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5). Sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan Keunggulan Bersaing

SUMMARY

Wenny Enggar Pratiwi, 2023. "***The Influence of Service Quality on Competitive Advantage*** (Study on Consumers of Alfath Coffee & Space Merjosari)". Supervisor I: Prof. Drs. Mohammad Mas'ud Said, MM., Ph.D. Advisor II: Daris Zunaida, S.AB., M.AB.

This study aims to determine the influence and how much influence the tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy variables partially or simultaneously have on competitive advantage. This type of research is quantitative research. Data collection techniques using questionnaires and observation. The number of samples used was 100 respondents which were processed using IBM SPSS 25.

The results of this study indicate that Tangible has a significant effect on Competitive Advantage. This is evidenced by the significant level because $t_{count} > t_{table}$ ($7.759 > 1.985$) and significant t is less than 0.05 ($0.000 < 0.050$). Reliability has a significant effect on Competitive Advantage. This is evidenced by the significant level because $t_{count} > t_{table}$ ($11.204 > 1.985$) and significant t is less than 0.05 ($0.000 < 0.050$). Responsiveness has a significant effect on Competitive Advantage. This is evidenced by a significant level because $t_{count} > t_{table}$ ($3.128 > 1.985$) and significant t is less than 0.05 ($0.002 < 0.050$). Assurance has a significant effect on Competitive Advantage. This is evidenced by the significant level because $t_{count} > t_{table}$ ($4.453 > 1.985$) and significant t is less than 0.05 ($0.000 < 0.050$). Empathy has a significant effect on Competitive Advantage. This is evidenced by a significant level because $t_{count} > t_{table}$ ($4.787 > 1.985$) and significant t is less than 0.05 ($0.000 < 0.050$). The results of the F test that has been carried out, that tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously influence competitive advantage. This is evidenced by the significance level $F_{count} > F_{table}$ ($267.419 > 2.31$) with a significance level of $0.000 < 0.050$. The coefficient of determination (Adjusted R Square) obtained is 0.931. This means that the dependent variable Competitive Advantage (Y) can be explained 93.1% by the variables Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), and Empathy (X5). While the remaining 6.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Competitive Advantage*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat yang menyebabkan persaingan juga semakin ketat, hal ini terlihat pada jaringan ekonomi nasional maupun internasional yang lebih luas melalui perdagangan. Seiring dengan ketatnya persaingan yang ada menyebabkan munculnya kompetisi para pelaku bisnis yang satu dengan pelaku bisnis lainnya dalam mencapai kesuksesan. Salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat adalah Café. Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Malang Indra Setiyadi juga mengungkapkan bahwa diperkirakan ada ribuan tempat ngopi untuk nongkrong atau Café di kota Malang ini, “Kalau di kota Malang saja, mungkin jumlahnya sudah sampai 1.000 lebih.” Hal tersebut diungkapkan kepada Tugu Malang. Indra Setiyadi mencontohkan tempat-tempat seperti di Jalan Soekarno Hatta, kawasan Dinoyo, Joyo Grand, serta area belakang kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim (Mazda, 2019). Café bukan hanya tempat untuk bersantai, tetapi terkadang para pelanggan juga datang untuk menghilangkan kejenuhan, mengerjakan tugas, atau hanya ingin bertemu bersama teman.

Banyaknya bisnis Café yang ada di Malang tidak terlepas dari konsumen yang semakin banyak, karena banyak masyarakat dari luar Malang yang melanjutkan pendidikannya di sini. Hal tersebut menyebabkan semakin

banyak persaingan diantara para pembisnis Café. Untuk setiap bisnis yang memiliki pesaing dalam bidang bisnis yang sama, strategi merupakan salah satu faktor penentu terpenting dalam keunggulan bersaing di setiap bisnis. Dalam situasi ini, para pemilik usaha perlu merevisi strategi mereka untuk menjaga posisinya agar tetap kuat dan mampu bertahan di dalam persaingan. Dengan adanya hal tersebut membuat pemilik Café perlu melakukan strategi untuk menarik minat konsumen agar melakukan pembelian di Café mereka. Strategi yang biasanya digunakan oleh para pemilik Café untuk menarik minat beli konsumen adalah membuat suasana yang nyaman dengan dekorasi Café yang mengikuti trend, membuat inovasi produk yang mereka punya, serta meningkatkan kualitas pelayanan yang baik di Café tersebut.

Menurut Barney & Hesterly (2012) dalam Nurmali & Haloho (2020) berpendapat bahwa suatu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif ketika dapat menciptakan nilai ekonomi yang lebih besar daripada perusahaan pesaing. Jadi suatu bisnis harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat memenangkan kesuksesan di bisnis yang sejenis. Memilih strategi yang tepat sangat penting untuk mengelola bisnis dalam persaingan yang ketat, sehingga bisnis tersebut dapat menganalisis industrinya secara keseluruhan dan mampu menghadapi masa yang akan datang.

Menurut Sukmawati (2018) bagi suatu bisnis yang bergerak di bidang kuliner, kualitas pelayanan sangat penting untuk meningkatkan daya saing. Harapan konsumen sebelum melakukan pembelian adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Layanan yang berkualitas akan menarik

konsumen dan mempengaruhi pembelian berulang, yang berarti akan meningkatkan penjualan. Pelayanan terhadap pelanggan dengan kualitas yang tinggi membutuhkan layanan yang efisien, cepat dan ramah, membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat, penanganan keluhan yang cepat dan tanggapan yang tepat waktu terhadap masalah pelanggan. Suatu bisnis Café harus memiliki tujuan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut Tjiptono (2016) dalam Tanjung et al. (2022:115) pelayanan yang berkualitas merupakan ukuran apakah tingkat pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik berawal dari persepsi konsumen, persepsi yang baik dari konsumen dapat menimbulkan pengaruh yang positif bagi perusahaan yaitu konsumen akan setia dalam melakukan pembelian di masa yang akan datang.

Studi kualitas pelayanan awalnya dilakukan oleh Parasuraman et al. pada tahun 1985 dengan menggunakan skala pengukuran 10 dimensi *SERVQUAL*. Kemudian penelitian Parasuraman et al. pada tahun 1988, skala 10 dimensi dikurangi menjadi 5 dimensi yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* (Basuki, 2021:10). Kualitas pelayanan dianggap sebagai variabel yang sangat penting dalam membantu organisasi memperoleh keunggulan bersaing untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Zeithmal et al., (2000) dalam Basuki, 2021:10)

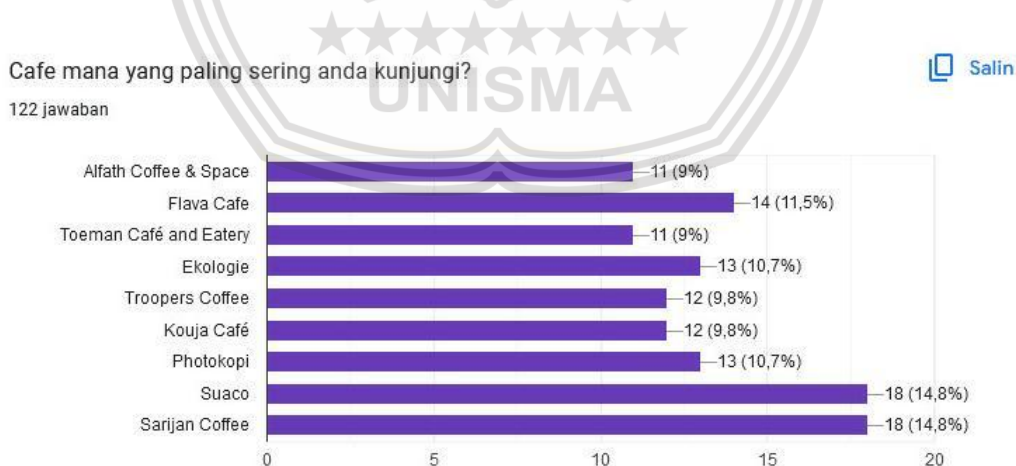
Alfath Coffee & Space merupakan salah satu Café di daerah Merjosari, tepatnya di Jalan Mertojoyo Selatan Blok C, Merjosari, Kota Malang. Selain Alfath Coffee & Space, ada beberapa Café lainnya yang berada di daerah Merjosari dan Dinoyo yang jaraknya cukup dekat dengan Alfath Coffe & Space salah satunya adalah Flava Cafe, Toeman Café and Eatery, Ekologi, Troopers Coffee, Kouja Café, Photokopi, Suaco, Sarijan Coffee, dan masih banyak lagi.

Tabel 1. Data Café di daerah sekitar Alfath Coffe & Space

NO	NAMA	ALAMAT
1	Flava Café	Jl. Simpang Gajayana, RT.05/RW.01, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
2	Toeman Café and Eatery	Jl. Joyo Tambaksari No.89, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
3	Ekologie	Jl. Mertojoyo Selatan Gg. II, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
4	Troopers Coffee	Jalan Mertojoyo Selatan Blok C2 No.1, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
5	Kouja Café	Jl. Simpang Gajayana No.63, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
6	Photokopi	Jl. Simpang Gajayana No.63, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144
7	Suaco	Jl. Simpang Gajayana, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65114
8	Sarijan Coffee	Jl. Simpang Gajayana No.69, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

Sumber: Data diolah 2023

Data Café di atas merupakan Café yang lokasinya paling dekat dengan Alfath Coffe & Space Merjosari. Rata-rata jarak antara Alfath Coffee & Space dengan café yang ada pada tabel di atas adalah 385 meter. Dapat dilihat bahwa banyaknya Café yang terdapat di daerah Merjosari dan Dinoyo pada saat ini memiliki jumlah yang sangat banyak. Bisnis Café yang tidak kuat dalam menghadapi persaingan akan mudah dikalahkan oleh pembisnis Café yang lainnya. Dengan banyaknya Café yang ada, konsumen akan memiliki banyak pilihan Café untuk dikunjungi. Konsumen pastinya akan memilih Café yang mereka kunjungi memiliki kualitas yang baik, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik pastinya konsumen akan loyalitas terhadap Café tersebut. Tetapi sebaliknya jika konsumen mendapatkan kualitas pelayanan yang tidak baik dari Café yang mereka kunjungi maka akan sangat mudah bagi konsumen untuk meninggalkan dan tidak mengunjungi Café itu lagi.



Gambar 1. Daftar Café yang Paling Sering Dikunjungi

Sumber: Data dioleh 2023

Gambar 1 merupakan hasil survey dari peneliti untuk mengetahui Café mana yang paling sering dikunjungi. Café yang dipilih untuk dimasukkan ke dalam survey tersebut adalah Café yang memiliki lokasi paling dekat dengan Alfath Coffee & Space. Hasil dari survey tersebut mendapatkan 122 jawaban, Alfath Coffee & Space berada pada persentase 9% dan hasil tersebut sama seperti persentase dari Toeman Café and Eatery. Dengan adanya hasil survey tersebut Alfath Coffee & Space dalam meningkatkan daya saing diperlukan peningkatan upaya dalam memperbaiki, menciptakan dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanannya. Jika mengenai harga bersaing, Alfath Coffee & Space memiliki harga yang relatif murah dibandingkan dengan beberapa café pada tabel di atas misalnya jika dibandingkan dengan Flava Cafe dan Suaco. Contohnya menu Cappuccino pada Alfath Coffee & Space memiliki harga Rp. 16.000; sedangkan pada Flava Cafe memiliki harga Rp. 18.000; dan pada Suaco memiliki harga Rp. 17.000.

Selain dari survey tersebut, peneliti menemukan sebuah ulasan dari konsumen Alfath Coffe & Space yang terdapat pada *review* di *Google Maps*, ada beberapa keluhan yang mereka tulis salah satunya adalah tentang kualitas pelayanan yang terdapat di Café tersebut. Berikut merupakan bukti *screenshot* yang diperoleh dari *review* di *Google Maps*.



Gambar 2. Ulasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2023

Dilihat dari gambar ulasan konsumen yang pertama, dapat dijelaskan bahwa terdapat keluhan tentang kualitas pelayanan yang terdapat pada Alfath Coffee & Space. Keluhan nomor 1 yaitu wifi lemot atau lambat, keluhan nomor 5 parkir ribet atau sulit. Ulasan nomor 1 dan 5 memiliki keterkaitan dari aspek yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan *tangible*, dikarenakan menurut Haming & Nurnajamuddin (2017:192-193) *tangible*, yaitu bukti fisik terukur yang meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, serta kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan.

Kemudian ulasan nomor 3 yaitu tentang kurangnya keramahan dalam hal memberikan pelayanan dan penawaran produk. Ulasan nomor 3 memiliki keterkaitan dari aspek yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan

assurance, dikarenakan menurut Haming & Nurnajamuddin (2017:192) *assurance*, yaitu kemampuan karyawan tentang pengetahuan mengenai produk yang tepat, keramahan, perhatian dan kesopanan dalam pemberian layanan, keterampilan komunikasi atau dalam memberikan informasi, kemampuan untuk memberikan keamanan dalam penggunaan layanan yang ditawarkan, serta kemampuan untuk menanamkan kepercayaan dari perusahaan kepada pelanggan.

Selanjutnya ulasan nomor 4 yaitu tentang bekas minuman dari konsumen sebelumnya yang masih berantakan dan belum dibersihkan. Dari ulasan tersebut konsumen memiliki kesan bahwa merekalah yang membersihkan meja itu sendiri. Dengan adanya kesan seperti itu maka konsumen akan merasa bahwa dirinya kurang diperhatikan karena bekas minuman dari konsumen sebelumnya tidak dibersihkan terlebih dahulu oleh karyawan, sedangkan konsumen akan merasa lebih nyaman ketika mereka berada di sebuah café yang keadaannya sudah rapi dan bersih serta siap untuk mereka tempati. Ulasan nomor 4 memiliki keterkaitan dari aspek yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan *emphaty*, dikarenakan menurut Haming & Nurnajamuddin (2017:192) *emphaty*, yaitu sebuah perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan upaya perusahaan untuk memahami keinginan serta kebutuhan pelanggannya.

Alfath (coworking space & coffee)

Jl. Mertojoyo Sel. No Blok C, Merjosari, Kota Malang, Jawa Timur

[Write a review](#)

4.4 ★★★★★ 442 reviews ⓘ



Farid Zulhiqwan

1 review

★★★★★ 2 years ago

Mohon untuk pelayanan atau service di perbaiki lagi, agar tidak terjadi salah paham kembali mengenai pemakaian tempat, harus sesuai dengan yang sudah di sepakati, BUKAN MASALAH NOMINALNYA tapi masalah negosiasi KARYAWAN terkait mengiyakan kesepakatan pemakaian tempat kafe tersebut, namun tidak sesuai dengan yang sudah di sepakati, dan yang bersangkutan tdk mau bertanggung jawab atau dan memberikan **kompensasi**, begitu juga owner tempat terkait, sungguh kami kecewa dengan pelayannya, terimakasih semoga lebih baik lagi.

(Translated by Google)

Please improve the service or service again, so that misunderstandings do not occur again regarding the use of the place, it must be in accordance with what has been agreed upon, NOT THE NOMINAL PROBLEM but the problem of EMPLOYEE negotiations related to agreeing to the agreement on the use of the cafe place, but it is not in accordance with what has been agreed, and the person concerned does not want to be responsible or provide compensation, as well as the owner of the related place, we are really disappointed with the service, thank you, hopefully it will be even better.

Gambar 3. Ulasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2023

Setelah itu, dapat dilihat dari gambar ulasan konsumen yang kedua terdapat keluhan dari konsumen yang memberikan komplain tentang ketidaksesuaian antara konsumen dan karyawan dalam pemakaian tempat pada Café tersebut. Konsumen mengungkapkan rasa kecewa karena masalah tersebut, selain itu konsumen juga mengungkapkan bahwa tidak ada pertanggungjawaban dan kompensasi terkait masalah yang telah terjadi. Ulasan tersebut memiliki keterkaitan dari aspek yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan *reliability*, dikarenakan menurut Haming & Nurnajamuddin (2017:192) *reliability*, yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dengan adanya masalah tersebut dapat merusak kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dalam hal ini terdapat pula keterkaitannya terhadap aspek yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan *assurance*.



Gambar 4. Ulasan Konsumen

Sumber: Data diolah 2023

Kemudian, dapat dilihat pada gambar ulasan konsumen yang ketiga terdapat keluhan dari konsumen tentang pelayanan yang lama atau lambat. Hal tersebut membuat konsumen merasa tidak nyaman karena mereka menunggu pesanan dalam waktu yang lama. Ulasan tersebut memiliki keterkaitan dari aspek yang ada di dalam dimensi kualitas pelayanan *responsivness*, dikarenakan menurut Haming & Nurnajamuddin (2017:192) *responsiveness*, yaitu ketanggapan atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, hal tersebut meliputi kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, serta kecepatan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan.

Dari ulasan konsumen tersebut dapat diartikan bahwa pada Alfath Coffee & Space masih memiliki beberapa permasalahan tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dengan adanya hal tersebut, harus ada

sebuah perbaikan terkait pelayanan yang ada pada Alfath Coffee & Space. Karena dengan strategi meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dapat memberikan penilaian yang baik untuk perusahaan. Dengan penilaian yang baik, maka dapat membuat perusahaan tersebut bisa tetap eksis atau unggul dalam ketatnya persaingan bisnis yang sejenis. Dari penjelasan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan seberapa besar pengaruh 5 dimensi kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan dari beberapa ulasan konsumen tentang kualitas pelayanan pada Alfath Coffee & Space serta penjelasan mengenai ketatnya persaingan bisnis Café, maka peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing” (Studi Kasus Pada Alfath Coffee & Space Merjosari)**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh secara parsial antara *tangible* (bukti fisik) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial antara *reliability* (reliabilitas) terhadap keunggulan bersaing Alfath Coffee & Space?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial antara *responsiveness* (ketanggapan) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space?

4. Apakah ada pengaruh secara parsial antara *assurance* (jaminan dan kepastian) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space?
5. Apakah ada pengaruh secara parsial antara *emphaty* (empati) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space?
6. Apakah ada pengaruh secara simultan antara antara *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh *tangible* (bukti fisik) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space.
2. Menganalisis pengaruh *reliability* (reliabilitas) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space.
3. Menganalisis pengaruh *responsiveness* (ketanggapan) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space.
4. Menganalisis pengaruh *assurance* (jaminan dan kepastian) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space.
5. Menganalisis pengaruh *emphaty* (empati) terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space.
6. Menganalisis pengaruh secara simultan antara antara *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap keunggulan bersaing pada Alfath Coffee & Space.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu acuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang ada pada perusahaan tersebut. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat masukan atau rekomendasi pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.
2. Manfaat bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi yang bermanfaat serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan, sumber informasi, dan referensi untuk penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan menjadi lebih sempurna.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan penelitian ini, peneliti menggunakan sistematika pembahasan yang terbagi dalam beberapa BAB dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

BAB ini berisi tentang latar belakang masalah yang menjadi alasan dilakukannya penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

BAB ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, serta memuat uraian tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung penulisan dan pembahasan penelitian ini. Di dalam BAB ini juga terdapat kerangka berpikir dan rumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

BAB ini menjelaskan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, penentuan jumlah populasi dan pengambilan sampel, sumber data untuk variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB ini menjelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian, hasil analisis data, pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan, dan penjelasan mengenai pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

BAB ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan. Kesimpulan merupakan temuan penelitian dari hasil interpretasi dan analisis data yang dirangkum sebaik mungkin. Sedangkan saran merupakan gagasan terkait penelitian dari peneliti untuk perusahaan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan pada Alfath Coffee & Space Merjosari. Alfath Coffee & Space merupakan sebuah usaha di bidang makanan dan minuman pada jenis café. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada metode kuantitatif. Teknik pengukuran variabel menggunakan skala *likert*. Adapun teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan observasi serta penyebaran kuesioner kepada konsumen Alfath Coffee & Space dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Parsial (Uji *t*), Uji Simultan (Uji *F*), dan Uji Determinasi (*R*²). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji *t*) variabel *tangible* secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
2. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji *t*) variabel *reliability* secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
3. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji *t*) variabel *responsiveness* secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
4. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji *t*) variabel *assurance* secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

5. Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel *emphaty* secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
6. Setelah dilakukan uji hipotesis secara simultan (uji F) variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

B. Saran

1. Bagi Alfath Coffee & Space

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner yang telah diolah menggunakan program IBM SPSS *Statistics* 25, dapat diketahui bahwa distribusi jawaban responden yang menunjukkan nilai rata-rata paling terendah adalah pada variabel ketanggapan atau *Responsiveness* yaitu sebesar 3,22. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dimensi ketanggapan atau *Responsiveness* pada Alfath Coffee & Space masih belum diterapkan dengan baik. Hal yang harus dilakukan Alfath Coffee & Space terkait dengan hal ini yaitu harus lebih meningkatkan kecepatan dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Untuk meningkatkan kecepatan pelayanan dapat menggunakan cara yang pertama, sebelum memuali operasional pastikan semua peralatan dan perlengkapan sudah siap untuk digunakan. Kedua, memberikan pelatihan intensif kepada karyawan agar mereka terlatih dalam melakukan pelayanan yang efektif dan efisien.

Selain itu, hal yang harus diperhatikan oleh Alfath Coffee & Space adalah terkait dengan kecepatan dan ketanggapan dalam mengatasi

keluhan ataupun masalah konsumen. Alfath Coffee & Space harus cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan atau masalah yang dirasakan oleh konsumen. Berikan solusi yang terbaik untuk keluhan atau masalah yang sedang dialami konsumen. Alfath Coffee & Space harus bisa meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dengan kualitas pelayanan yang baik maka Alfath Coffee & Space dapat bersaing dengan Café-Café lain yang ada di sekitarnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan tema yang serupa, menambahkan teori-teori yang terbaru, dan menggunakan variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Karena dilihat dari hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,931. Artinya variabel terikat Keunggulan Bersaing (Y) mampu dijelaskan 93,1% oleh variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Emphaty* (X5). Sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, Setyawati, A., Wardhana, A., Agustina, T., Lie, D., Febriyanti, Augustinah, F., Maichal, Nurjannah, Mustikarini, C. N., Hasyim, S. H., Redjeki, S., Anggoro, M. A., Wahid, M. N. A., Ardani, W., & Supartoyo, Y. H. (2023). *Manajemen UMKM Pada Era Digital*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Anugrah, R., Danial, R. D. M., & Mulia, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada: Pelanggan Hotel berbintang di Kota Sukabumi). *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(1), 67. <https://doi.org/10.30737/jimek.v3i1.711>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Arkani, F. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Penerapan Standard Operating Procedure (Sop) Dan Keunggulan Bersaing Studi Pada Paguyuban Drivergocar Tugu Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Arsawan, I. W. E., Yasa, I. K., Suryantini, N. P. S., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Bali: Nilacakra.
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.O*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Badrianto, Y., Sitinjak, W., Sumarsih, Budi, H., Sulaiman, S., Marlana, N., Wardhana, A., Ridwan, Muh., Rokhmawati, D., Rahmawati, M. F., Prasetyo, A., Normiyati, Limgiani, & Ansari. (2021). *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Kompetitif)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Basuki. (2021). *Praktik Manajemen Sumberdaya Manusia Strategik Terhadap Kinerja Organisasi di Rumah Sakit*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Fauzan, R., Lotte, L. N. A., Saeni, N., Sudirjo, F., Setiawan, Z., Pandowo, A., Titing, A. S., Murdana, I. M., Sukrin, Nasution, A. A., Luturmas, F. B., & Sukma, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Fitriati, R. (2015). *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, R. S., Setiawan, Z., Simanihuruk, P., Napisah, S., Utami, B., Puspitasari, K. A., Sagala, R., Risdwiyanto, A., Harsoyo, T. D., Nuvriasari, A., & Susanto, D. (2023). *Ilmu Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Haming, M., & Nurnajamuddin, M. (2017). *Manajemen Produksi Modern*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasan, M., Permatasari, R. D., Alamsyahbana, M. I., Wolok, T., Hamid, D. M. A., Supriadi, B., Sitohang, A. M. D., Dai, S. I. S., Januardin, Alfiana, Saragih, intan Br., Shoimah, S., Harjoni, Supartoyo, Y. H., & Harahab, D. F. (2023). *Manajemen UMKM Berkelanjutan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Karinda, B. R. R., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing pada Kedai Janji Jiwa Sepanjang Sidoarjo. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 536. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.447>
- Lestari, F. A. P., Putri, K. R., Mulyati, Sari, Y. P., Syamsiyah, N., Sarjana, S., Sulistiono, Mulyana, M., Sudirman, A., Ratnasari, K., Ristiyan, R., & Siska, A. (2022). *Kewirausahaan*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Lestari, K. C., & Amri, A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).

- Mazda, G. (2019). Kafe di Malang yang Tumbuh dan Tumbang. *Kumparan.Com/Tugu Malang*. <https://kumparan.com/tugumalang/kafe-di-malang-yang-tumbuh-dan-tumbang-1551768038570428054/full>
- Metayunika, V. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty) Terhadap Kepuasan Konsumen*. Universitas Diponegoro.
- Munaldus, & Karlana, Y. (2015). *Credit Union Optimize People*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Nurdiyanto, A. D., & Jayanti, F. D. (2022). *Achieving Competitive Advantage Trough Service Quality and Innovation in Increasing Customer Satisfaction*. 2(1).
- Nurmali, M., & Haloho, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Café Rilek's Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.51544/jmm.v5i1.3046>
- Purnomo, S., Junaedi, A., Purwanti, A., Erpurini, W., Hastuti, I., Nugroho, N. T., Akaresti, L., & Rosalina, Y. (2019). *Kewirausahaan UMKM*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Rahman, Abd., Hakimah, Y., Dewi, M. P., Endratno, H., Herlina, T. E., Yasin, M., Karyasa, T. B., & Agustini, I. S. (2022). *Buku Ajar Manajemen SDM*. Bandung: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Rashid, K. T. S., Ismael, D. A., Othman, B., & Ali, R. (2019). *Dimensions of Service Quality and their Effects on Achieving Competitive Advantage: An Exploratory Study of Banking Organizations in Sulaimaniyah City-Iraq*. 23(02).
- Rasyad, H. (2020). *Redesain Interior Oura Café Malang Berlanggam Natural Minimalis dengan Mengoptimalkan Ruang Usaha*. 9(2).
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Said, M. M. (2007). *Birokrasi Di Negara Birokratis*. Malang: UPT. Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sinaga, I. B. R., & Haloho, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Champion Café Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(1), 75. <https://doi.org/10.51544/jmm.v5i1.3047>

- Sinambela, L. P. (2019). *Statistika Sosial*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sudarsono. (2021). *Service Marketing*. Gorontalo: CV. Cahaya Arsh Publisher & Printing.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. 7(2), 132.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Suryati, A., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2022). *Keunggulan Kompetitif: Konsep Dan Studi Kasus*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Tanjung, R., Yendrianof, D., Purba, S., Revida, E., Damayanti, W. K., Silalahi, M., Handiman, U. T., Simarmata, J., Butarbutar, M., Jmaludin, & Sinambela, M. (2022). *Manajemen Pelayanan Publik Era 4.0*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Wulandari, R., & Rusmahafi, F. A. (2020). *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Yani, R. W. E., Kiswaluyo, Handayani, A. T. W., Hadnyanawati, H., Dwiatmoko, S., & Misrohmasari, E. A. A. (2021). *Buku Ajar Praktek Kerja Lapang Manajemen Pelayanan Kesehatan (PKL MPK)*. Jember: UPT Penerbitan & Percetakan Universitas Jember.