

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan kuliner di Indonesia sangatlah pesat. Dalam menghadapi perkembangan dan persaingan di dunia kuliner, pengusaha harus memiliki strategi yang tepat agar dapat mempertahankan produknya beredar dipasar. Dengan membaca situasi pasar, pengusaha harus cermat dalam menentukan langkah-langkah strategi yang dipilih untuk menciptakan produk yang dapat menghadapi pesaingnya.

Suatu usaha harus memiliki strategi yang unggul agar dapat bertahan di pasar, menarik minat konsumen, dan meningkatkan nilai penjualan. Lingkungan persaingan yang semakin ketat dan penurunan pertumbuhan penjualan perlu dicermati dan disikapi agar perusahaan dapat terus bertambah dan bahkan dapat terus meningkatkan kinerja pemasaran<sup>1</sup>. Perusahaan juga harus memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi agar dapat bertahan dan berjalan dengan baik.

Tiny Cup Roastery merupakan salah satu tempat yang menyajikan aneka olahan kopi dan berbagai macam jenis minuman lainnya yang berada di jalan komplek Grand Tomang. Tiny Cup Roastery selalu mengutamakan kualitas dari produk yang ditawarkan, serta mengembangkan produk yang sudah ada dengan menginovasi beberapa produk yang sesuai dengan selera konsumen. Tata letak ruang Tiny Cup Roastery juga sangat menarik minat konsumen untuk berkunjung karena menggunakan konsep *industrial minimalis* yang cocok untuk berfoto.

---

<sup>1</sup> Michael E. Porter, *Competitif Strategy*, (New York: The FreePress, 1990), h. 20.

**Tabel 1. 1**  
**Laporan Keuangan Tiny Cup Roastery Tahun 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>	<b>Penghasilan Bulanan</b>
<b>Februari</b>	<b>166</b>	<b>3.660.500</b>
<b>Maret</b>	<b>174</b>	<b>3.667.000</b>

*Sumber: Laporan Keuangan Tiny Cup Roastery, 2022*

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, ada beberapa *coffee shop* yang berada di komplek Grand Tomang salah satunya yaitu Tiny Cup Roastery. Dilihat dari jumlah konsumen disetiap harinya, Tiny Cup Roastery merupakan yang paling banyak pengunjungnya, oleh karena itu peneliti melakukan pra-survey dengan wawancarai pemilik Tiny Cup Roastery dan beberapa pengunjung untuk mengetahui faktor apa yang membuat Tiny Cup Roastery lebih ramai pengunjung dibandingkan dengan *coffee shop* yang lainnya di komplek Grand Tomang, faktor pertama yang sering muncul ialah harga yang terjangkau, faktor yang kedua yaitu rasa sesuai dengan selera konsumen dari produk yang ditawarkan, faktor selanjutnya yaitu banyaknya usaha yang sejenis disekitar Tiny Cup Roastery. Selain faktor lokasi usaha, naiknya bahan baku kopi juga berpengaruh kepada harga jual produk *coffee shop* yang berada di komplek Grand Tomang ini mempengaruhi pelanggan untuk memilih datang ke Tiny Cup Roastery.

Dengan banyaknya café di Kota Tangerang para pemilik usaha harus tepat dalam memilih lokasi usaha yang strategis serta berinovasi untuk produk yang baik agar bisa bersaing dengan usaha sejenis. Tentu saja dengan menganalisis dan mengobservasi keinginan konsumen, olahan kopi tetap selalu menjadi target buruan

konsumen. Ini terbukti menurut data bisnis minuman yang paling laris dicari konsumen pada tahun 2022.<sup>2</sup> Di karenakan banyaknya konsumen pecinta kopi, dari hanya sekedar penghilang rasa kantuk sampai memenuhi kebutuhan gaya hidup anak milenial disini pengusaha melihat peluang bisnis yang menjanjikan. Banyak hal yang mempengaruhi hal tersebut. Seperti semakin banyak jenis kopi yang beragam. Kopi yang ada saat ini bukan hanya dari kopi Toraja, kopi Medan, kopi Aceh, atau kopi lokal lainnya. Namun, adanya jenis lain yang muncul dari adaptasi kopi luar negeri, seperti cappucino, coffee latte, espresso, dan sebagainya. Selain itu juga adanya novel dan film yang bertemakan tentang kopi. Karena alasan-alasan inilah, tren konsumsi kopi di Indonesia meningkat.<sup>3</sup>

Di Kota Tangerang bisnis kuliner terbilang sangat berkembang, karena selain padatnya penduduk yang ada dan juga didukung dengan daya beli masyarakat yang tinggi, hal ini dapat meningkatkan laju bisnis kuliner yang ada di Kota Tangerang. Selain itu menurut Badan Pusat Statistik pertumbuhan ekonomi Kota Tangerang pada tahun 2021 mencapai 3,70%, sedangkan tahun 2019 dan 2020 tumbuh sebesar 4,20% dan -6,93% hal ini menunjukkan pertumbuhan yang positif dari sudah mulai meningkatnya aktivitas ekonomi dan mobilitas di Kota Tangerang.

Jumlah usaha yang bergerak dibidang kuliner di Kota Tangerang sangatlah potensial dan mempunyai prospek perkembangan yang besar. Karena letak Kota Tangerang termasuk

---

<sup>2</sup> “20 Minuman Yang Lagi Hits dan Kekinian Ditahun 2022” <https://bacaterus.com/minuman-yang-lagi-hits/>, diakses pada 19 Jun. 2022, pukul 14.00 WIB.

<sup>3</sup> Isah Nurdianah, ”Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran”, (Skripsi Fakultas Ekonomi UNDIP, 2019), h. 3

daerah yang strategis, yang mana berbatasan langsung antara Jakarta dan Tangerang Selatan. Lokasi usaha strategis merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan, karena lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Selain itu, berinovasi dalam menciptakan produk juga penting, agar konsumen memiliki minat beli yang tinggi terhadap suatu produk. Penentu tempat usaha dan inovasi produk juga merupakan salah satu usaha yang bisa diupayakan oleh pemilik cafe untuk meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk yang dipasarkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka penulis akan mengkaji masalah tersebut dalam skripsi yang berjudul *“Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Tiny Cup Roastery”*

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Tiny Cup Roastery menjual produk yang berkualitas dengan harga yang dapat bersaing dengan kompetitornya.
2. Pada faktor lokasi usaha juga Tiny Cup Roastery berdekatan dengan kompetitor bisnis yang sejenis.
3. Naiknya bahan baku biji kopi mengakibatkan naiknya harga jual produk yang ditawarkan.

## **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah bertujuan untuk lebih memfokuskan kajian yang akan dilaksanakan. Agar penelitian lebih terfokuskan pada permasalahan dan tidak menyimpang dari pembahasan

penelitian, maka peneliti memberikan pembatas dalam penelitian pada pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Tiny Cup Roastery?
2. Apakah inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Tiny Cup Roastery?
3. Seberapa besar pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Tiny Cup Roastery?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah lokasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Tiny Cup Roastery.
2. Untuk mengetahui apakah inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing Tiny Cup Roastery.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan besaing Tiny Cup Roastery.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Akademisi**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian

mengenai pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

## 2. Untuk Perusahaan dan Instansi

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memberikan masukan, dorongan, dan kemudahan dalam melakukan pengambilan keputusan yang cepat, khususnya perusahaan yang bergerak dibidang kuliner.

## 3. Peneliti

Hasil penelitian ini mampu memberikan ilmu dan pemahaman bagi peneliti mengenai pengaruh lokasi usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Tiny Cup Roastery.

## G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu digunakan sebagai alat bantu dalam memberikan gambaran terkait penelitian yang akan di lakukan. Manfaat yang bisa diambil dari penelitian terdahulu ialah tentang bagaimana mengelola data, bagaimana menyusun kerangka berfikir dan memberikan gambaran terhadap objek yang akan diteliti melalui hasil yang di dapat dari penelitian terdahulu.

**Tabel 1. 2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Erni Jayaningrum <sup>4</sup>	- Adanya persamaan untuk mengetahui apakah variable inovasi	- Dalam penelitian terdahulu teknik pengambilan sampelnya menggunakan <i>purposive</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa ke tiga variable X (Orientasi pasar, inovasi, dan orientasi

<sup>4</sup> Erni Jayaningrum, "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Kuliner Kafe Kota Malang)," (Universitas Brawijaya, 2017)

		<p>berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan seluruh variable diukur dengan menggunakan skala Likert.</li> <li>- Penggunaan teknik sampling yaitu <i>non probability sampling</i> dan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer, dan pengujian instrument dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.</li> </ul>	<p>sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>incidental sampling</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat perbedaan pada pengambilan populasi, pada penelitian terdahulu peneliti mentargetkan dari pemilik café, sedangkan penelitian sekarang menggunakan sudut pandang dari konsumen.</li> </ul>	<p>kewirausahaan) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variable Y (Keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran).</p>
No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
2	Siti Husnul Khotma dan Heka Rahma Yusianti <sup>5</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini peneliti sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mencari pengaruh</li> </ul>	<p>Penelitian ini variable bebas (X) menggunakan orientasi pasar sedangkan penelitian yang akan dilakukan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secara simultan variable inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh secara signifikan terhadap</li> </ul>

<sup>5</sup> Siti Husnul Khotma dan Heka Rahma Yusianti, Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri PIA UD. Barokah Putra Jaya Sumberan Ambulu, dalam :Jurnal Ilmiah Dian Ilmu, Vol. 16, No. 2 (April 2017) Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember.

		<p>variable inovasi terhadap keunggulan bersaing. Pada instrument penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji analisis linier berganda.</p>	<p>sekarang menggunakan lokasi usaha. Peredaan lainnya terletak pada objek yang akan dibahas, kalau penelitian terdahulu terletak pada sektor industri, sedangkan objek yang akan dibahas peneliti sekarang adalah sektor kuliner.</p> <p>Pada penelitian ini untuk teknik samplingnya menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>incidental sampling</i>.</p>	<p>keunggulan bersaing pada UD. Barokah Putra Jaya Sumberan Ambulu. Dimana <math>F_{hitung} &gt; F_{tabel}</math> yaitu <math>36,286 &gt; 3,11</math></p> <p>- Secara parsial variable inovasi produk dan orientasi pasar dapat dilihat hasil uji t berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UD. Barokah Putra Jaya Sumberan Ambulu. Dimana <math>X_1</math> (Inovasi Produk) terhadap Y (Keunggulan Bersaing) <math>t_{hitung} = 5,192</math>, dimana <math>5,192 &gt; 1,664</math> dan <math>X_2</math> (Orientasi Pasar) <math>t_{hitung} = 2,368</math>, dimana <math>2,368 &gt; 1,664</math>.</p>
No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian



3	Taufiq Alwi dan Esti Handayani <sup>6</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini peneliti sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mencari pengaruh variable inovasi terhadap keunggulan bersaing.</li> <li>- Alat untuk menguji instrumentnya pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, uji t, dan uji ANOVA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dalam penelitian ini teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik <i>purpose non random sampling</i> sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan teknik <i>incidental sampling</i>.</li> <li>- Pada penelitian target yang dijadikan sampelnya adalah para pemilik restoran sedangkan penelitian sekarang target sampelnya adalah konsumen pada usaha kuliner.</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk berkontribusi pengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 85,3%. Model persamaan regresi linear berganda, <math>Y = 13,702 + 0,542 X_1 + 0,314 X_2</math>. Berdasarkan uji hipotesis disimpulkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, demikian pula variabel inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Bagi pelaku bisnis UKM sangat perlu untuk memberikan atensi dalam mendesain strategi peningkatan keunggulan bersaing melalui penekanan</p>
---	---	---	---	---

<sup>6</sup> Taufiq Alwi dan Esti Handayani, Keunggulan Bersaing UKM Yang Di Pengaruhi Oleh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk, dalam: Jurnal Pengembangan Wiraswasta, Vol. 20, No. 03 (Desember 2018) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (IPWI) Jakarta.

				pada strategi yang berorientasi pasar dan inovasi produk.
4	Muhammad Hazbi Gifari, Tati Handayani, dan Bernandin Dwi M <sup>7</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini untuk mencari pengaruh dari variable lokasi usaha dan inovasi terhadap keunggulan bersaing, dan menggunakan metode pendekatan kuantitatif.</li> <li>- Sampel yang ditargetkan pada penelitian ini yaitu konsumen.</li> <li>- Pengumpulan data diukur dengan menggunakan skala Likert. Dan pengujian instrumennya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini peneliti menggunakan Teknik samplingnya yaitu <i>purposive sampling</i> sedangkan penelitian sekarang menggunakan Teknik <i>incidental sampling</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perhitungan uji t pada variable lokasi usaha terhadap variable keunggulan bersaing nilai <math>t_{hitung} 2.782 &gt;</math> nilai <math>t_{tabel} 1.66088</math> yang mana lokasi usaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.</li> <li>- Perhitungan uji t pada variable kualitas pelayanan terhadap variable keunggulan bersaing dari hasil <math>t_{hitung} 1.092 &lt;</math> nilai <math>t_{tabel} 1.66088</math> yang mana kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.</li> <li>- Hasil perhitungan uji t pada inovasi terhadap</li> </ul>

<sup>7</sup> Muhammad Hazbi Gifari, Tati Handayani, & Bernandin Dwi M, Analisis Keunggulan Bersaing Kopi Kenangan di Jakarta Selatan, dalam: Jurnal Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. 2, (2021), h. 789-805.

				keunggulan bersaing dari hasil $t_{hitung}$ 3.409 > nilai $t_{tabel}$ 1.66088 yang mengartikan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.
5	Agustina Bonita Krisdayanti Sinaga <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini untuk mencari pengaruh variable inovasi terhadap keunggulan bersaing.</li> <li>- Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan cara wawancara.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode pendekatan kualitatif.</li> <li>- Data penelitian menggunakan studi pustaka dan studi dokumentasi.</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan Warkop Opos sudah cukup menerapkan strategi keunggulan bersaing dengan baik. Strategi keunggulan biaya Warkop Opos dengan menawarkan harga yang terjangkau dan sebanding dengan kualitas variasi menyunya sehingga, membuat konsumen merasa puas. Sedangkan strategi diferensiasi dengan melakukan inovasi teknik penyeduhan kopi, tetap menjaga kualitas sajian menu, memberikan

<sup>8</sup> Agustina Bonita Krisdayanti Sinaga, "Strategi Keunggulan Bersaing Kedai Kopi Warkop Opos Doloksanggul," (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2020)

				<p>pelayanan yang terbaik untuk konsumen tetap maupun konsumen baru, melakukan pelatihan dan diskusi kepada karyawan Warkop Opos. Dan strategi fokus Warkop Opos yaitu masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Humbang Hasundutan.</p>
6	Eva Masyitah <sup>9</sup>	- Pada penelitian ini untuk mencari pengaruh variable inovasi terhadap keunggulan bersaing. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan wawancara.	- Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan pendekatan kuantitatif. Variable bauran pemasaran (X) yang digunakan dalam penelitian ini 7P, yaitu <i>product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process.</i>	Penerapan strategi pemasaran terhadap keunggulan bersaing ditinjau dari marketing mix yang dilakukan oleh usaha Kedai Kopi/Roti Akur Rantauprapat telah dilakukan dengan baik. Kedai Kopi/Roti Akur dalam menjalankan usahanya tidak takut pada pesaingnya dikarenakan mereka merupakan pionir dalam bidang ini dan selalu menjaga

<sup>9</sup> Eva Masyitah, "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Kedai Kopi/Roti Akur Rantauprapat," (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, 2020)

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teknik analisis datanya pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.</li> </ul>	<p>kualitas dan cita rasa produk mereka. Ini dapat dibuktikan dengan telah berjalannya usaha ini selama 123 tahun dan merupakan kedai kopi tertua yang ada di kota Rantauprapat. Usaha ini tidak kalah saing dikarekan karena telah memiliki konsumen yang setia dan tetap berkunjung ditengah maraknya berkembang kedai kopi lainnya.</p>
7	Haidi Haikal Nugraha <sup>10</sup>	<p>Adanya persamaan untuk mengetahui apakah variable inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Target yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu konsumen, dan jenis data yang digunakan ialah jenis data primer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini teknik analisis menggunakan analisis deskriptif sedangkan penelitian sekarang menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis linier berganda.</li> </ul>	<p>Hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien sebesar 0.284 dan probabilitas sebesar <math>0,002 &lt; 0,05</math>.</p> <p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk</p>

<sup>10</sup> Haidi Haikal Nugraha, "Analisis Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Kedai Filosofi Kopi Jogja)," (Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2019)

		<p>Pada pengukuran variable di penelitian ini menggunakan skala Likert.</p>	<p>terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien sebesar 0,212 dan probabilitas <math>0,024 &lt; 0,05</math>.</p> <p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keunggulan bersaing, dengan koefisien jalur sebesar 0,097 dan probabilitas sebesar <math>0,027 &lt; 0,05</math>.</p> <p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keunggulan bersaing, dengan koefisien jalur sebesar 0,093 dan probabilitas sebesar <math>0,045 &lt; 0,05</math>.</p> <p>Hal ini menunjukkan bahwa variable X memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai kepuasan pelanggan dengan menambahkan</p>
--	--	---	---

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
8	Elvina Endah Puspa Wulandari <sup>11</sup>	<p>Adanya persamaan untuk mengetahui variable lokasi usaha dan inovasi produk.</p> <p>Penggunaan metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan seluruh variable diukur dengan menggunakan skala Likert, dan pada penelitian ini Teknik analisisnya sama-sama menggunakan analisis linear berganda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pada penelitian ini adanya perbedaan dalam variable Y yaitu keputusan pembelian, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variable keunggulan bersaing.</li> <li>- Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan <i>non probability sampling</i> sedangkan penelitian sekarang menggunakan Teknik <i>incidental sampling</i>.</li> </ul>	<p>keunggulan bersaing sebagai mediasi pada kedai Filosofi kopi.</p> <p>Lokasi (X1), Inovasi Produk(X2), Dan Cita Rasa (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), hal ini terlihat pada uji F yang menyatakan nilai <math>f_{hitung} &gt; f_{tabel}</math> , yaitu <math>(226.476 &gt; 3.9446)</math> maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa <math>H_4</math> diterima artinya secara bersamaan variable Lokasi (X1), Inovasi Produk (X2), dan Cita Rasa (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Eleven Cafe di Kota Bengkulu.</p>

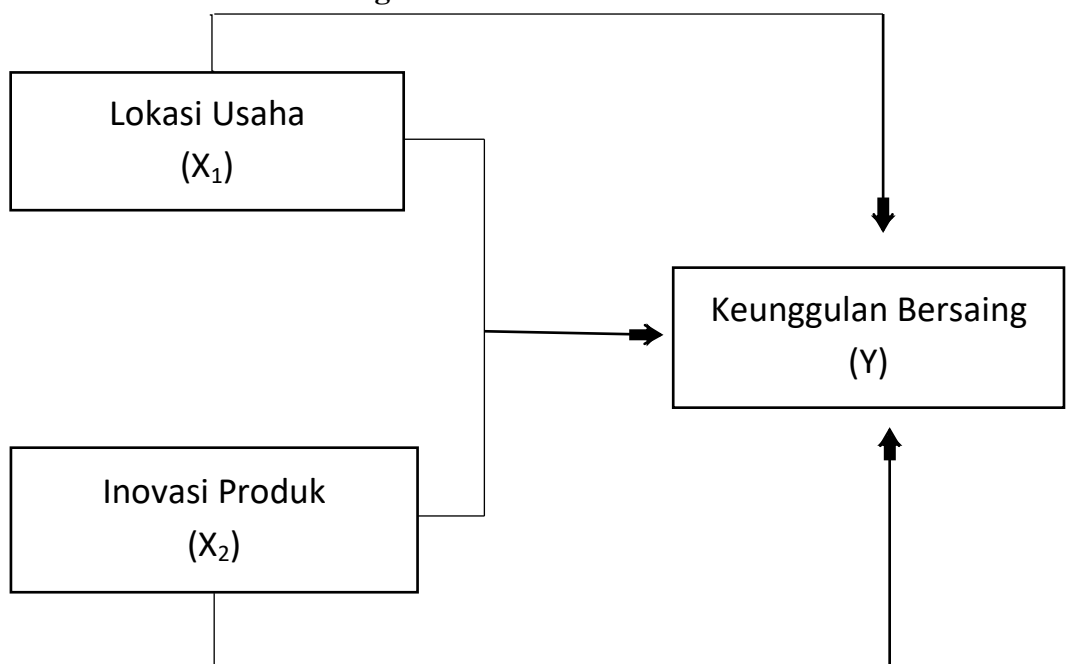
<sup>11</sup> Elvina Endah Puspa Wulandari, Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Café Dikota Bengkulu, dalam: Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS), Vol. 2, No. 1 (Januari 2021) Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

## H. Kerangka Berfikir

Pengusaha yang sukses adalah pengusaha yang memiliki banyak ide untuk mengembangkan produknya dan mencari solusi untuk setiap permasalahan di dalam perusahaan. Begitu juga di dalam bisnis makanan, agar konsumen tetap loyal maka yang harus dilakukan perusahaan adalah dengan menentukan tempat lokasi yang strategis dan membuat inovasi produk yang baru.

Pemikiran yang kreatif dalam menciptakan dan mengerjakan ide-ide yang unik dari para pemilik dan anggota di dalam sebuah perusahaan itu sendiri harus benarbenar luas. Inovasi produk perlu dilakukan agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor yang berada di dalam ruang lingkup bisnis yang sama. Café merupakan salah satu jenis usaha di bidang kuliner. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Pemimpin perusahaan harus mampu menciptakan inovasi produk karena inovasi merupakan sebagai penentu bagi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri, terlebih masih banyak perusahaan yang bergerak dibidang yang sama.

**Tabel 1. 3**  
**Kerangka Berfikir**





## **I. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian, data-data yang digunakan beserta sumber data, serta pemilihan populasi dan sampel.

### **BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.

