

Strategi Diferensiasi Produk dan *Service Quality* dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 di Jalan Antene IV Kramat Pela Jakarta Selatan)

Fery Hernaningsih^{1*)}, Agustinus Yanuar Budhi Heriyanto²⁾

¹⁾²⁾ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

^{*)}Correspondence Author: feryherna@gmail.com, Jakarta, Indonesia.

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2340>

Abstrak

Diferensiasi produk merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan kompetitor. Produk yang diciptakan oleh perusahaan mempunyai nilai lebih dimasyarakat sebagai pelanggan sehingga perusahaan yang memiliki diferensiasi yang kuat akan mendapatkan kinerja yang baik antara para pesaingnya. Diferensiasi produk warung makan sambel setan pandawa 5 menyajikan beberapa pilihan sambal, menu makanan dan minuman yang bervariasi dan rasanya enak. *Service Quality* dengan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat serta merespon dengan baik keluhan, menjadi nilai bagi pelanggan dan berdaya saing. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar RT. 008 RW. 008, Kel. Kramat Pela Kec. Kebayoran Baru Jakarta Selatan sebanyak 134 orang. Dengan menggunakan rumus Slovin maka didapat sampel sebanyak 100 orang yang membeli menu makanan di Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5. Hasil dari penelitian ini adalah uji t pada variabel diferensiasi produk (X1) terhadap variabel daya saing (Y) memiliki hasil nilai signifikan $0,043 < 0,05$ dan thitung $2,065 > 1,966$ ttabel. Maka strategi diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing atau (H1) terbukti atau diterima, variabel *service quality* (X2) terhadap variabel daya saing (Y) memiliki hasil nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan thitung $3,942 > 1,966$ ttabel. Maka *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing atau (H2) terbukti atau diterima. Uji F didapatkan hasil bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung $83,078 > 3,09$ Ftabel, bahwa diferensiasi produk dan *service quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Rekomendasi untuk penelitian ini adalah melakukan analisa diferensiasi dan Uji Sustainable Diferensiasi untuk mengetahui sejauh mana produk yang ditawarkan masih memiliki nilai keunikan dari sisi pelanggan, mengkomunikasikan diferensiasi yang ditawarkan untuk membangun persepsi yang lebih baik dengan simple, meaningful dan focus, serta pelatihan dan pemberdayaan, yang melibatkan pengembangan karyawan secara berkelanjutan, komunikasi yang efektif, praktik berdasarkan bukti, dan lingkungan kerja yang kooperatif.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, *Service Quality* dan Daya Saing

Abstract

Product differentiation is a strategy that makes a product different from competitors. Products created by a company have more value in society as customers so that companies that have strong differentiation will get good performance among their competitors. Product differentiation of the Pandawa 5 devil's chili sauce restaurant serves several choices of chili sauce, food and beverage menus that are varied and taste good. Service Quality by providing friendly and fast service and responding well to complaints, becomes a value for customers and is competitive. The population in this study was the community around RT. 008 RW. 008, Kel. Kramat Pela Kec. Kebayoran Baru South Jakarta as many as 134 people. By using the Slovin formula, a sample of 100 people was obtained who bought the food menu at the Pandawa 5 Devil's Chili Sauce Restaurant. The results of this study are the t-test on the product differentiation variable (X1) against the competitiveness variable (Y) has a significant value of $0.043 < 0.05$ and t count $2.065 > 1.966$ t table. So the product differentiation strategy has a positive and significant effect on competitiveness or (H1) is proven or accepted, the service quality variable (X2) on the competitiveness variable (Y) has a significant value of 0.000

<0.05 and $t_{count} 3.942 > 1.966$ ttable. So service quality has a positive and significant effect on competitiveness or (H2) is proven or accepted. The F test shows that the significant value is $0.000 < 0.05$ and the Fcount value is $83.078 > 3.09$ Ftable, that product differentiation and service quality simultaneously have a positive and significant effect on competitiveness. The recommendation for this study is to conduct a differentiation analysis and Sustainable Differentiation Test to determine the extent to which the products offered still have unique value from the customer's perspective, communicate the differentiation offered to build a better perception with simple, meaningful and focused, and training and empowerment, which involves continuous employee development, effective communication, evidence-based practices, and a cooperative work environment.

Keywords: Product Differentiation, Service Quality and Competitiveness

PENDAHULUAN

Warung makan harus mempunyai daya saing yang kuat yaitu dari cita rasa dan varian produk yang dijual sehingga dapat mencapai posisi kompetitif menguntungkan yang memungkinkan untuk bersaing. Tempat makan Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 ini, menjadi salah satu Street Food pilihan warga lokal yang tinggal tidak jauh dari Jl. Antene IV, RT.8/RW.8, Kramat Pela, Kec. Kebayoran. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12140. Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 menawarkan beragam hidangan yang hampir semua orang sukai. Menawarkan suasana yang ramah dan baik, tempat makan ini patut untuk dikunjungi karena menawarkan beberapa jenis sambel goreng, sambal mateng dan sambal mentah, ada pecel lele, ikan nila goreng, pecel ayam, ayam bakar, ayam geprek dan soto ayam. Tersedia juga aneka minuman seperti jeruk, teh solo, kopi dan coklat. Ada juga kerupuk, keripik kacang tanah dan keripik kacang ijo. Cita rasa dari ayam bakar sangat menggugah selera sehingga tanpa biaya promosi para pelanggan yang datang akan menceritakan kepada teman-teman di kantor atau pelanggan yang tinggal di daerah sekitar akan menceritakan kepada koleganya sehingga banyak pengunjung yang datang ingin mencoba menu makanan tersebut. Pemilik Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5, Bapak Miluk Yunanto dan Ibu Yuli.

Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 terletak di dekat Oakwood Suites La Maison Jakarta, Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel, Gandaria City, Graha Parama, MK House SCBD, menjadi pilihan yang ideal untuk bersantap setelah beraktivitas di sekitar area tersebut. Lokasinya yang strategis menawarkan kemudahan akses bagi para pengunjung yang ingin menikmati hidangan nikmat sebelum melanjutkan kegiatan mereka.

Menurut Sudaryono (2018:214) “Diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi lebih menarik. Diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang cukup serius agar bisa benar-benar beda, juga diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing.”

Cara pembedaan produk bervariasi dari pasar ke pasar, tetapi berkaitan dengan sifat dan atribut fisik suatu produk atau pengalaman kepuasan (secara nyata maupun psikologis) yang didapat oleh konsumen dari produk tersebut. Berbagai kemudahan pemeliharaan, fitur tambahan, fleksibilitas, kenyamanan dan berbagai hal lainnya yang sulit ditiru lawan merupakan sedikit contoh dari diferensiasi. Strategi jenis ini bisa ditunjukkan kepada para konsumen potensial yang relatif tidak mengutamakan harga dalam pengambilan keputusannya.

Berdasarkan Tjiptono (2014:268) service quality didefinisikan sebagai suatu upaya yang dapat dilakukan oleh pemasar untuk memenuhi kebutuhan, keinginan serta ekspektasi konsumen atas sebuah jasa.

Menurut pendapat menyebutkan bahwa peningkatan daya saing dapat meliputi transfer inovasi dan teknologi baru, pertumbuhan produktivitas tenaga kerja, pengenalan pendekatan inovatif untuk produksi, pertumbuhan nilai tambah dan investasi pada penelitian dan pengembangan. Inovasi menjadi faktor modal daya saing yang meliputi inovasi teknologi, pemasaran, manajemen, organisasi, komunikasi dan lain-lain Sorin Manole et al., (2014: 124). Pendapat Elfahmi & Jatmika (2017: 447) yang menyatakan bahwa suatu industri dapat dikatakan memiliki daya saing jika memiliki tingkat produktivitas faktor secara keseluruhan sama atau lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing asingnya.

METODE PENELITIAN

Menurut Nurdin dan Hartati (2019) penelitian deskriptif kuantitatif bermaksud untuk mendeskripsikan suatu kondisi dengan tepat dan akurat. Penelitian deskriptif kuantitatif digunakan karena penelitian ini mencoba untuk menggambarkan fakta dan fenomena tertentu secara sistematis, detail, dan faktual. Menurut sudjana (2019:3) mengatakan bahwa Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung ataupun mengukur kuantitatif maupun kualitatif dari karakter tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah warga Rukun Tetangga 008 Kelurahan Kramat Pela Kecamatan Kebayoran Baru sebanyak 134 orang. Arikunto (2013:174) berpendapat bahwa sampel adalah Sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dengan menggunakan rumus Slovin maka didapat sampel sebanyak 100 orang yang membeli makanan di warung makan pandawa 5. Menurut Sugiyono (2020:105) menyatakan bahwa secara umum terdapat 4 (empat) macam teknik pengumpulan

data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan gabungan/triangulasi (observasi, wawancara dan dokumentasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Warung makan pandawa 5 terkenal dengan sambel setannya. Disebut sambal setan karena tingkat kepedasan sambal tersebut, tentunya disukai oleh pecinta sambal. Di daerah tersebut juga terdapat banyak kos-kosan yang menjadi peluang konsumen, karena mereka biasanya tidak masak tapi untuk makan sehari-hari membeli dari daerah sekitar. Menu makanan di Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 menjadi pilihan menu sehari-hari baik konsumen yang menempati kos-kosan ataupun konsumen yang tinggal di daerah sekitarnya. Harga menu makanan sangat terjangkau, misalnya untuk ayam bakar paha atau dada dengan lalapan timun dan daun kemangi ditambah sambal dengan harga Rp. 15.000. Berdasarkan hasil interview dengan salah satu pelanggan rasa dari ayamnya enak dan empuk, juga bumbunya terasa. Ditambah sambal menjadi sajian makanan yang menggugah selera untuk mencoba dan menikmati makanan tersebut.

Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 berusaha memberikan setiap aspek layanan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan dan melampaui ekspektasi pelanggan. Layanan yang diberikan baik secara offline dan online. Secara offline ketika konsumen datang ke Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 akan disambut dengan ramah dan menanyakan menu yang akan dipesan. Kemudian dipersilahkan duduk, tanpa menunggu terlalu lama makanan yang dipesan sudah siap. Terdapat beberapa karyawan untuk melayani minuman, soto ayam dan menu lainnya. Secara online berdasarkan dari testimony pelanggan “Setiap pulang kerja makannya disini karna deket kosan. Tidak akan menyesal makan disini karena harganya yang terjangkau, Rp. 19.000 sudah dapat satu potong ayam (sayap) + nasi+ es teh manis. Rasanya juga enak banget, ukuran ayamnya cukup besar. Sambalnya juga kalo makan di tempat bebas refil”. Dari rasa makanan, suasana, harga, rasa, pelayanan, dan kebersihan mendapatkan bintang 4.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Variabel bebas dan variabel terikat memiliki

hubungan kausal. Hasil uji regresi linear berganda penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.057	1,933		0,547	0,586
1 Diferensiasi Produk	0.183	0,095	0,215	1, 928	0,057
Service Quality	0.372	0,062	0,666	5, 957	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 24, 2024

Dari tabel I diperoleh model matematis uji regresi linear berganda dari penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 1,057 + 0,183 X_1 + 0,372 X_2 + e$$

Dengan mengacu pada persamaan regresi yang diperoleh maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien konstanta (a) sebesar 1,057 hal ini berarti bahwa apabila nilai variabel independen naik 1 satuan, maka tingkat atau besarnya variabel dependen sebesar 1,057 satuan.
2. Nilai koefisien untuk Diferensiasi Produk (X_1) $\beta_1 = 0,183$ berarti bahwa apabila Diferensiasi Produk (X_1) naik sebesar 1 satuan, sementara variabel independen lainnya tetap maka Daya Saing (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,183 satuan dan sebaliknya apabila Diferensiasi Produk (X_1) terjadi penurunan sebesar 1 satuan, sementara variabel independen lainnya tetap maka Daya Saing (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,183 satuan.
3. Nilai koefisien untuk *Service Quality* (X_2) $\beta_2 = 0,372$ bahwa apabila *Service Quality* (X_2) naik sebesar 1 satuan, sementara variabel independen lainnya tetap maka Daya Saing (Y) akan terjadi perubahan sebesar 0,372 satuan dan sebaliknya apabila *Service Quality* (X_2) terjadi penurunan sebesar 1 satuan, sementara variabel

independen lainnya tetap maka Daya Saing (Y) akan terjadi perubahan sebesar 0,372 satuan.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Uji t
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
			d		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,972	2,353		1,263	0,211
1 Diferensiasi Produk	0,24	0,116	0,298	2,065	0,043
<i>Service Quality</i>	0,304	0,077	0,569	3,942	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 24, 2024

Berdasarkan tabel II di atas, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Diferensiasi Produk (X1) adalah sebesar 2.065 dan nilai t_{hitung} untuk variabel *Service Quality* (X2) adalah sebesar 3.942, berdasarkan Daya Saing t_{tabel} dengan rumus $n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 1.966$, nilai signifikansi $\alpha = 0.05$. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Uji Hipotesis H_1 pengaruh Diferensiasi Produk berdasarkan hasil analisis uji t (uji parsial), maka didapatkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.065 > 1.966$) dan nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0.05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka Diferensiasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5.
2. Uji Hipotesis H_2 pengaruh *Service Quality* berdasarkan hasil analisis uji t (uji parsial), maka didapatkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.942 > 1.966$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka *Service*

Quality berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada Warung Makan Pandawa 5.

b. Uji Simultan (F)

Uji F (Uji Simultan) ini digunakan untuk melihat apakah variabel independen yaitu Diferensiasi Produk (X1) dan *Service Quality* (X2) secara bersama-sama atau secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Daya Saing (Y). F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut: $F(k; n - k) = F(2; 98) = 3,09$ dan nilai signifikansi $\alpha = 0.05$.

Berikut hasil olah data uji f (Uji Simultan) dengan menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 24 for Windows.

Tabel 3. Uji F (Simultan)

Anova					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1208,116	2	604,058	83,078	,000 ^b
Residual	479,884	66	7,271		
Total	1688	68			

a. Dependent Variable : Daya Saing

b. Predictors : (Constant), Diferensiasi Produk, *Service Quality*

Uji Hipotesis H3 pengaruh Diferensiasi Produk dan *Service Quality* berdasarkan hasil analisis uji F (uji simultan), maka didapatkan hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($83,078 > 3.09$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka variabel independen yaitu Diferensiasi Produk (X1), dan *Service Quality* (X2), secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada Warung Makan Pandawa 5.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai korelasi (r) dan nilai determinasi (r_{square}) antara Diferensiasi Produk dan *Service Quality* terhadap Daya Saing sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,846 ^a	0,716	0,707	2,69647

a. Predictors : (Constant), Diferensiasi Produk, *Service Quality*

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 24, 2024

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan (*share*) pengaruh Diferensiasi Produk dan *Service Quality* terhadap Daya Saing. Adapun hasil dari proses perhitungan dilakukan dengan menggunakan SPSS ver.24 diperoleh nilai R^2 sebesar 0.716 atau 71,6 % variabilitas Daya Saing yang terjadi disebabkan oleh Diferensiasi Produk dan *Service Quality*. Dengan kata lain Diferensiasi Produk dan *Service Quality* atau variabel independen menyebabkan pengaruh Daya Saing atau dependen variabel, sebesar 71,6%, sedangkan sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam hal ini.

PEMBAHASAN

a. Diferensiasi Produk terhadap Daya Saing

Strategi diferensiasi merupakan sebuah upaya atau tindakan yang dilakukan produsen untuk menciptakan perbedaan yang berarti pada produk dan jasa pelayanan yang mereka tawarkan sehingga dapat menghasilkan nilai bagi para konsumen sekaligus memunculkan persepsi yang khas dan berarti. Dengan mengetahui kebutuhan konsumen, mempertahankan kualitas produk, melakukan inovasi produk dan menciptakan produk yang lebih unggul dari pesaingnya merupakan strategi diferensiasi produk yang dilakukan Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5 dalam meningkatkan daya saing. Sambal merupakan makanan khas Indonesia, yang sangat familiar dan digemari oleh masyarakatnya. Untuk meningkatkan daya saing warung makan sambel setan pandawa 5 menyediakan beberapa pilihan sambel yaitu sambel matang, sambel mentah dan sambel

ijo yang menurut pelanggan sambalnya juara maknyus tenan. Rasa dari menu makanan mantap cocok dilidah, dan dapat dijadikan rekomendasi.

b. *Service Quality* terhadap Daya Saing

Service Quality (Kualitas pelayanan) yang terdiri dari wujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati merupakan hal yang sangat penting sekali karena berhubungan secara langsung dengan konsumen atau pelanggan. Wujud dari menu makanan seperti ikan dan ayam cukup besar yang disajikan dengan di goreng, bakar dan geprek. Kehandalan yaitu dari rasa, varian makanan dan minuman serta sambelnya. Ketanggapan atas pelayanan yang diberikan baik secara offline dan online. Pelayanan yang ramah dan cepat menjadikan pengalaman yang menyenangkan dan menjadi nilai pelanggan. Secara online, sistem pembayaran bisa menggunakan ovo, Go-pay, dana dan Qris. Jaminan bahwa pelanggan tidak akan kecewa, uang yang telah pelanggan keluarkan sebanding bahkan melebihi ekpektasi dari pelanggan. Empati membuat perbedaan positif dalam kehidupan pelanggan dan pada gilirannya, menciptakan pelanggan setia seumur hidup. Satu tindakan kebaikan kecil dapat memulai sebuah gerakan. Dan yang dibutuhkan hanyalah sedikit empati. Misalnya dengan mengucapkan terima kasih dan memberikan senyuman karena telah membeli dan menjadi pelanggan yang setia. Atau dengan mempersilahkan duduk sambil menunggu pesanan jadi.

c. Strategi Diferensiasi Produk dan *Service Quality* dalam meningkatkan Daya Saing

Diferensiasi produk merupakan strategi yang penting dalam menghadapi pasar yang kompetitif. Dengan melakukan diferensiasi yaitu menyajikan beberapa pilihan sambel dan rasa yang enak serta varian makanan dan minuman, dapat menciptakan nilai tambah yang membuat warung makan sambel setan pandawa 5 lebih menarik bagi konsumen dan membedakan dengan warung makan pesaing. Meningkatkan *Service Quality* (Kualitas Layanan) Pelanggan dengan membantu pelanggan mendapatkan kebutuhan yaitu sambel yang meningkatkan selera makan dan rasa makanan yang enak. Mampu memberikan Solusi yaitu rekomendasi untuk menu makan siang atau malam. Menyediakan layanan komplain dengan mengganti makanan yang dibeli jika tidak sesuai dengan pesanan. Memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, pelanggan tidak menunggu lama pesanan. Menerima kritik dan saran dengan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, apa yang disampaikan di respon dengan baik karena bisa menjadi peluang inovasi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini dengan judul “Strategi Diferensiasi Produk dan *Service Quality* Dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Warung Makan Pandawa 5 Di Jalan Antene IV Kramat Pela Jakarta Selatan) maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis H_1 pengaruh Diferensiasi Produk berdasarkan hasil analisis uji t (uji parsial), maka didapatkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,065 > 1.966$) dan nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0.05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka Diferensiasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing.
2. Uji Hipotesis H_2 pengaruh *Service Quality* berdasarkan hasil analisis uji t (uji parsial), maka didapatkan hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,942 > 1.966$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka *Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing.
3. Uji Hipotesis H_3 Strategi Diferensiasi Produk dan *Service Quality* dalam meningkatkan Daya Saing, berdasarkan hasil analisis uji F (uji simultan), maka didapatkan hasil nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($83,078 > 3,09$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak, maka variabel independen yaitu Diferensiasi Produk (X_1) dan *Service Quality* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada Warung Makan Sambel Setan Pandawa 5.

Adapun rekomendasi yang bisa diberikan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan analisa diferensiasi dan Uji Sustainable Diferensiasi untuk mengetahui sejauh mana produk yang ditawarkan masih memiliki nilai keunikan dari sisi pelanggan.
2. Mengkomunikasikan diferensiasi yang ditawarkan untuk membangun persepsi yang lebih baik dengan simple, meaningful dan fokus.
3. Pelatihan dan pemberdayaan, yang melibatkan pengembangan karyawan secara berkelanjutan, komunikasi yang efektif, praktik berdasarkan bukti, dan lingkungan kerja yang kooperatif.

REFERENSI

Abdullah, Thamrin. 2017. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

- Ahmad Riva'i, Nana Sudjana. (2019). *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Ela W, Indri M, (2019) Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi Di Kabupaten Temanggung, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77
- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2017). Pengaruh Inovasi Terhadap Ukm Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi Indo Burger), (September), 445–454.
- Erlan Kusuma R, Dian N, Yusra F, (2021) Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Pempek Permata Bandar Lampung, *Journal Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology (SMART)*, 1(1), 22-30
- Fatima, I, Humayun, A, Iqbal, U, & ... (2019). Dimensions of service quality in healthcare: a systematic review of literature. ... *for Quality in Health Care*, academic.oup.com, <https://academic.oup.com/intqhc/article-abstract/31/1/11/5037014>
- Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016 *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Sorin Manole, D., Nisipeanu, E., Decuseară, R., & Sorin Manole, D. (2014). Study on the competitiveness of Small and Medium- sized Enterprises (SMEs) in Vâlcea County. *Theoretical and Applied Economics*, XXI (4593), 113–130.
- Sudaryono. 2018. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi Ke-1. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Turyandi, Itto. 2019. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta