

## PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PD CIPTA KARYA NYATA DI KABUPATEN KUBU RAYA

Andrian Chandra

andrian\_chandra2000@yahoo.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan strategi diferensiasi dan pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hubungan kausal yang dikuantitatifkan. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, kuesioner dan studi dokumenter. Untuk menganalisis data, penulis menggunakan pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing menggunakan analisis regresi linear berganda, uji F Sig. dan parsial T.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa PD Cipta Karya Nyata mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,342 untuk produk, nilai koefisien regresi sebesar 0,348 untuk personalia dan dimana dengan nilai koefisien regresi tertinggi adalah sebesar 0,461 untuk citra. Kemudian uji F Sig. sebesar  $0,000 < 0,005$ , menunjukkan bahwa pada tingkat sembilan puluh lima persen terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk, kualitas pelayanan/jasa, personalia, citra dan saluran distribusi terhadap keunggulan bersaing. Dan nilai t hitung koefisien regresi variabel personalia adalah 2,567 dengan signifikansi  $0,016 < 0,05$  dan nilai t hitung koefisien regresi variabel citra adalah 2,153 dengan signifikansi  $0,040 < 0,05$ , berarti sama-sama  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima, kondisi ini menunjukkan personalia dan citra memiliki pengaruh dengan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Kesimpulan dan saran yang diberikan adalah PD Cipta Karya Nyata dapat meningkatkan inovasi fitur dan kualitas produk dengan hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan, kemudian produk perusahaan semakin menarik. Hal ini dilakukan agar strategi diferensiasi produk (*product*) perusahaan dapat ditingkatkan demi mendongkrak keunggulan bersaing perusahaan.

**KATA KUNCI:** Strategi Diferensiasi dan Keunggulan Bersaing

### PENDAHULUAN

Permasalahan yang dihadapi perusahaan tidak hanya bagaimana perusahaan tersebut memproduksi dan memasarkan produknya saja, akan tetapi tak kalah penting adalah bagaimana suatu perusahaan dapat bertahan atau bahkan dapat unggul dalam persaingan. Persaingan ini terjadi karena setiap perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal sehingga harus memproduksi barang yang berkualitas dan menyesuaikan produknya dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap perusahaan akan berusaha untuk lebih unggul dibanding perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang/jasa yang sejenis agar mampu menguasai pasar.

Keunggulan diferensiasi menjadi salah satu aspek unik dalam suatu organisasi yang mempengaruhi target konsumen menjadi pelanggan setia perusahaan dibandingkan pesaing lainnya. Strategi diferensiasi menyatakan bahwa perusahaan dapat melakukan

diferensiasi dengan cara mengenali sumber keunggulan kompetitif yang mungkin ada, memiliki ciri pembeda utama yang dimiliki perusahaan, memilih penentu posisi yang efektif di pasar dan mengkomunikasikan penentu posisinya di pasar. Dengan cara tersebut, perusahaan dapat mendiferensiasikan penawaran yang diberikan kepada pasar dari lima segi, antara lain dengan strategi diferensiasi produk, diferensiasi kualitas pelayanan, personalia, citra dan saluran distribusi yang dimiliki perusahaan.

Tidak terkecuali di Pontianak, bisnis pembuatan lilin sembayang ini sendiri banyak diminati. Ini dapat dilihat dari banyaknya pembuat lilin sembayang yang menyebar mulai dari usaha besar dan usaha kecil, mereka menawarkan lilin sembayang dengan produk dan kualitas yang berbeda. Salah satu usaha adalah pembuatan lilin sembahyang di Kabupaten Kubu Raya adalah “ Perusahaan Pembuatan lilin sembahyang PD Cipta Karya Nyata”. PD Cipta Karya Nyata merupakan usaha bisnis lilin sembahyang yang cukup besar. PD Cipta Karya Nyata menyediakan produk – produk yang berkualitas dan produk yang beraneka ragam. Karena banyaknya bisnis yang bersaing tentulah harus merumuskan strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing yaitu salah satunya dengan diferensiasi produk, kualitas pelayanan, personalia, citra dan saluran distribusi.

Bertitik tolak dari latar belakang, permasalahan yang muncul dalam penelitian ini yang terkait dengan strategi diferensiasi yang memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya. Oleh karena itu sesuai uraian di atas, maka penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah meneliti pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya.

Berdasarkan bentuk uraian di atas penulis mengangkat permasalahan dalam judul skripsi yaitu : “Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya”.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk membahas dan menganalisis bagaimana strategi diferensiasi yang diterapkan PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya dan seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan strategi diferensiasi yang diterapkan oleh PD Cipta Karya Nyata Kabupaten Kubu Raya dan

untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata Kabupaten Kubu Raya.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengujian Validitas Instrumen Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing PD Cipta Karya Nyata**

Instrumen yang akan diuji adalah instrumen Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing PD Cipta Karya Nyata. Instrumen-instrumen terdiri atas 25 butir (item), dimana tiap butir disiapkan 5 interval jawaban. Jawaban terendah diberi skor 1 dan tertinggi diberi skor 5.

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam tabel telah ditunjukkan skor totalnya, yang merupakan jumlah tiap skor butir.

Dalam hal analisis item ini Masrun (1979) menyatakan “Teknik Korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan”. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Masrun menyatakan “Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r = 0,3$ ”. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid. Berdasarkan data yang terkumpul dari 34 responden yang ditunjukkan dalam tabel di Lampiran, maka terdapat 24 koefisien korelasi (jumlah butir 34). Hasil analisis ditunjukkan pada tabel 3.27 berikut.

Dari tabel 3.27 ini, dapat dibaca bahwa korelasi antara skor butir 1 dengan skor total = 0,615 antara butir 2 dengan skor total = 0,526 dan seterusnya. Korelasi yang digunakan adalah korelasi Pearson Moment ( $r$ ).

Seperti pernyataan di halaman sebelumnya, bahwa bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3). Maka butir instrumen dinyatakan valid. Dari hasil pengujian, ternyata koefisien korelasi semua butir dengan skor total di atas 0,3 sehingga semua butir instrumen Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing dinyatakan valid. Butir yang mempunyai validitas tertinggi

adalah butir dua puluh tiga, dengan koefisien korelasi 0,836 dan paling rendah adalah butir nomor 16 dengan koefisien korelasi 0,360.

## 2. Pengujian Reabilitas Instrumen

Pengujian reabilitas instrumen dilakukan dengan internal consistency dengan Teknik Belah Dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown. Untuk keperluan itu maka butir-butir instrumen di belah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan kelompok genap. Skor butir dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Selanjutnya skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya. Jadi yang dikorelasikan adalah : 55, 56, 52, ..., 54, 58 dengan 46, 46, 44, ..., 45, 53. Setelah dihitung didapat koefisien korelasi 0,938. Koefisien korelasi selanjutnya dimasukkan dalam rumus Spearman Brown.

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b} = \frac{2 \cdot 0,938}{1,938} = 0,968$$

Jadi reabilitas instrumen diferensiasi = 0,968 . Karena berdasarkan uji coba instrumen ini sudah valid dan realibel seluruh butirnya, maka instrumen dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

## 3. Pengujian Normalitas Data Strategi Diferensiasi dan Keunggulan Bersaing PD Cipta Karya Nyata

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini, menggunakan *statistik parametris* karena data yang akan diuji berbentuk ratio. Karena akan menggunakan statistik parametris, maka setiap data pada setiap variabel harus terlebih dulu diuji normalitasnya. Bila data setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametris.

Untuk menguji persebaran data kita normal atau tidak, datanya valid menggunakan Metode Kolmogorov Smirnov, dengan cara sebagai berikut.

- 1) Analyze, non-parametric test, centang 1-Sampel Kolmogorov-Smirnov.
- 2) pindahkan residual ke test variabel list.
- 3) bandingkan P-Value dari K-S dengan  $\alpha$  (P-Value lihat di tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, Baris Asymp. Sig.(2-tailed), Kolom residual).
- 4) Jika P-Value K-S  $> \alpha$ , berarti data berdistribusi normal.

Asumsi: Jika nilai P-Value  $> \alpha$ , maka nilai residual mengikuti sebaran Normal.

Nilai P-Value  $> \alpha$  (0,659  $>$  0,05), maka nilai residual mengikuti sebaran Normal.

**3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi artinya Variasi Y ditentukan oleh  $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan  $X_5$  sebesar  $R^2$  (%), sisanya ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**TABEL 2**  
**PD CIPTA KARYA NYATA**  
**MODEL SUMMARY**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 <sup>a</sup>	.715	.664	.828

Sumber: Data Olahan, 2015

Dari hasil pengujian menggunakan program SPSS seperti terlihat pada tabel 2 bahwa  $R^2 = 0,715$ , artinya 71,5 % Variasi Keunggulan Bersaing ditentukan oleh Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan/Jasa, Personalia, Citra dan Saluran Distribusi. Sisanya 28,9 % ditentukan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti.

**4. Persamaan Regresi**

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah variabel dari jenis-jenis strategi diferensiasi yaitu produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan/jasa ( $X_2$ ), personalia ( $X_3$ ), citra ( $X_4$ ) dan saluran distribusi ( $X_5$ ) sedangkan variabel terikat (Y) yaitu variabel keunggulan bersaing.

Dengan menggunakan *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solutions*) versi 16.00, untuk menentukan persamaan regresi linear berganda, dapat dilihat pada Tabel *coefficients* yaitu pada Tabel 3 sebagai berikut:

**TABEL 3**  
**PD CIPTA KARYA NYATA**  
**COEFFICIENTS**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.643	2.301		-1.149	.260
	Produk	.342	.176	.337	1.944	.062
	Kualitas Layanan/Jasa	-.006	.122	-.007	-.052	.959
	Personalia	.348	.136	.391	2.567	.016
	Citra	.461	.214	.302	2.153	.040
	Saluran Distribusi	-.093	.154	-.082	-.608	.548

Sumber: Data Olahan, 2015

Berdasarkan hasil uji SPSS data analisis regresi linear pada Tabel 3 di atas, maka didapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = - 2,643 + 0,342 X_1 - 0,006 X_2 + 0,348 X_3 + 0,461 X_4 - 0,930 X_5$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat diketahui bahwa Variabel produk ( $X_1$ ) mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,342 yang berarti variabel produk mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ), yaitu variabel produk meningkat maka akan meningkatkan keunggulan bersaing dan begitu juga sebaliknya. Variabel kualitas layanan/jasa ( $X_2$ ) mempunyai koefisien korelasi sebesar  $- 0,006$  yang berarti variabel kualitas layanan/jasa mempunyai pengaruh negatif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ), yaitu jika variabel kualitas pelayanan/jasa meningkat maka akan menurunkan keunggulan bersaing sebaliknya variabel kualitas pelayanan/jasa menurun maka akan meningkatkan keunggulan bersaing. Variabel personalia ( $X_3$ ) mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,348 yang berarti variabel personalia mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ), yaitu jika variabel personalia meningkat maka akan meningkatkan keunggulan bersaing dan begitu juga sebaliknya. Variabel citra ( $X_4$ ) mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,461 yang berarti variabel citra mempunyai pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ), yaitu jika variabel citra meningkat maka akan meningkatkan keunggulan bersaing dan begitu juga sebaliknya. Dan Variabel saluran distribusi ( $X_5$ ) mempunyai koefisien korelasi sebesar  $- 0,930$  yang berarti variabel kualitas saluran distribusi mempunyai pengaruh negatif terhadap keunggulan bersaing ( $Y$ ), yaitu jika variabel saluran distribusi meningkat maka akan menurunkan keunggulan bersaing dan begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda, maka faktor paling besar mempengaruhi keunggulan bersaing PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Pontianak adalah variabel citra yaitu dengan koefisien regresi tertinggi sebesar 0,461, kemudian adalah variabel personalia dengan koefisien regresi sebesar 0,348, dan yang terakhir yang berpengaruh positif adalah variabel produk yaitu dengan koefisien regresi sebesar 0,342.

Setelah dilakukan analisis regresi linear berganda, maka selanjutnya dapat dilakukan uji F Sig dan uji hipotesis parsial (uji-t). Nilai koefisien regresi dan koefisien linear yang telah diperoleh belum dapat digunakan baik sebagai alat pengambil keputusan atau alat pengambil peramalan sebelum dilakukan uji

signifikansi atau hipotesis. Untuk melakukan uji F Sig dengan menggunakan tabel ANOVA pada tingkat kepercayaan sembilan puluh lima persen dan uji signifikansi dapat dilakukan dengan uji-t pada tingkat kepercayaan sembilan puluh lima persen.

**5. Uji F Sig dengan menggunakan Tabel ANOVA pada tingkat kepercayaan sembilan puluh lima persen.**

Uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai  $F_{hitung}$  atau Sig. Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi secara kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serempak (bersama-sama), dijawab oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji F. Berdasarkan asumsi ini, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji F menentukan baik tidaknya model yang digunakan. Makin tinggi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan signifikan maka semakin baik model itu.

Uji F Sig atau Uji F Test adalah Uji Kesesuaian atau Keberartian model. Cara menguji F test dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut.

- a. *Analyze, Regression, Linier*
- b. Kemudian setelah muncul outputnya lihat F di Tabel Anova, lihat Sig.
- c. Kalau Sig.=0,000 maka ada perbedaan antara Variabel-variabel Bebas atau tidak sama dengan 0.

Hasil dari *output* SPSS tabel ANOVA dapat dilihat pada Tabel 3.31.

Berdasarkan Tabel 3.31 ANOVA, diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti kondisi ini menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel produk, kualitas layanan/jasa, personalia, citra dan saluran distribusi terhadap keunggulan bersaing. Jadi secara keseluruhan strategi diferensiasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya.

**6. Uji t dengan tingkat kepercayaan sembilan puluh lima persen**

Analisis regresi parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk melakukan uji signifikansi secara pasial dapat digunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Koefisien regresi tidak signifikan

$H_1$  : Koefisien regresi signifikan

Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu cara pertama dengan melihat nilai  $t$  hitung, apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya. Cara kedua yaitu dengan melihat nilai signifikansi, jika nilai signifikansi  $<$   $\alpha$  ( $\alpha$ ), maka  $H_0$  ditolak dan begitu juga sebaliknya.

Berikut ini pengujian signifikansi untuk masing-masing variabel dengan menggunakan analisis regresi parsial dengan tingkat kepercayaan sembilan puluh lima persen, adalah:

- a. Hipotesis pengaruh strategi diferensiasi produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_0$  :  $r = 0$ , strategi diferensiasi produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1$  :  $r \neq 0$ , strategi diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan *output* SPSS pada Tabel 3, terlihat nilai koefisien regresi variabel produk ( $X_1$ ) yaitu 0,342 menunjukkan bahwa meningkatkan keunggulan bersaing yang dipersepsikan akan mengalami perubahan sebesar 0,342 jika variabel produk dipersepsikan berubah sebesar satu satuan baik berubah turun maupun naik. Nilai  $t$  hitung koefisien regresi variabel produk adalah 1,944 dengan signifikansi 0,062  $>$  0,05, berarti  $H_0$  diterima, kondisi ini menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen variabel produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

- b. Hipotesis pengaruh strategi diferensiasi kualitas pelayanan/jasa ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_0$  :  $r = 0$ , strategi diferensiasi kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1$  :  $r \neq 0$ , strategi diferensiasi kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan *output* SPSS pada Tabel 3, terlihat nilai koefisien regresi dari variabel kualitas layanan/jasa ( $X_2$ ) yaitu  $-0,006$  menunjukkan bahwa menurunkan keunggulan bersaing yang dipersepsikan akan mengalami perubahan sebesar 0,006

jika variabel kualitas layanan/jasa yang dipersepsikan berubah sebesar satu satuan baik berubah turun maupun naik. Nilai t hitung koefisien regresi variabel kualitas diterima, kondisi ini menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen variabel kualitas layanan/jasa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

- c. Hipotesis strategi diferensiasi personalia ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_0 : r = 0$ , strategi diferensiasi personalia tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1 : r \neq 0$ , strategi diferensiasi personalia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan *output* SPSS pada Tabel 3, terlihat nilai koefisien regresi dari variabel personalia ( $X_3$ ) yaitu 0,348 menunjukkan bahwa meningkatkan keunggulan bersaing yang dipersepsikan akan mengalami perubahan sebesar 0,348 jika variabel personalia dipersepsikan berubah sebesar satu satuan baik berubah turun maupun naik. Nilai t hitung koefisien regresi variabel personalia adalah 2,567 dengan signifikansi  $0,016 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, kondisi ini menunjukkan personalia memiliki pengaruh dengan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

- d. Hipotesis strategi diferensiasi citra ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_0 : r = 0$ , strategi diferensiasi citra tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1 : r \neq 0$ , strategi diferensiasi citra memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan *output* SPSS pada Tabel 3, terlihat nilai koefisien regresi dari variabel citra ( $X_4$ ) yaitu 0,461 menunjukkan bahwa meningkatkan keunggulan bersaing yang dipersepsikan akan mengalami perubahan sebesar 0,461 jika variabel citra dipersepsikan berubah sebesar satu satuan baik berubah turun maupun naik. Nilai t hitung koefisien regresi variabel citra adalah 2,153 dengan signifikansi  $0,040 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, kondisi ini menunjukkan bahwa pada

tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen variabel citra memiliki pengaruh dengan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

- e. Hipotesis strategi diferensiasi saluran distribusi ( $X_5$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_0 : r = 0$ , strategi diferensiasi saluran distribusi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

$H_1 : r \neq 0$ , strategi diferensiasi saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan *output* SPSS pada Tabel 3, terlihat nilai koefisien regresi dari variabel saluran distribusi ( $X_5$ ) yaitu -0.093 menunjukkan bahwa menurunkan keunggulan bersaing yang dipersepsikan akan mengalami perubahan sebesar 0,093 jika variabel dipersepsikan berubah sebesar satu satuan baik berubah turun maupun naik. Nilai *t* hitung koefisien regresi variabel saluran distribusi adalah -0.608 dengan signifikansi 0,548 > 0,05, berarti  $H_0$  diterima, kondisi ini menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen variabel saluran distribusi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis permasalahan dari penelitian yang dilakukan, pengujian hipotesis yang diajukan, pembahasan serta tanggapan dari para responden, maka ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda yang dilakukan, diketahui bahwa variabel produk (*product*), kualitas layanan/jasa (*service quality*), personalia (*personnel*), citra (*brand image*), dan saluran distribusi (*distribution channel*) mempunyai koefisien korelasi yang positif dan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi cukup efektif dalam memengaruhi keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya.
2. Dari hasil uji F dengan tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen, dapat diketahui bahwa seluruh variabel strategi diferensiasi yang ada, yang terdiri dari

strategi diferensiasi produk (*product*), kualitas pelayanan/jasa (*service quality*), personalia (*personnel*), citra (*brand image*), dan saluran distribusi (*distribution channel*) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya.

3. Dari hasil uji t yang dilakukan dengan tingkat signifikansi sembilan puluh lima persen, dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi keunggulan bersaing PD Cipta Karya Nyata yang paling signifikan adalah variabel citra (*brand image*) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,461. Kemudian diikuti dengan variabel personalia yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,348. Sedangkan variabel produk (*product*) yang memiliki nilai korelasi sebesar 0,342, kemudian variabel kualitas pelayanan/jasa (*service quality*) dengan nilai korelasi sebesar -0,006, lalu variabel saluran distribusi (*distribution channel*) mempunyai nilai korelasi sebesar -0,930 tidak memiliki pengaruh dengan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya.

#### **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan dari pengamatan penulis yang telah dijelaskan di atas, ada pun saran-saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan PD Cipta Karya Nyata lebih meningkatkan promosi, inovasi fitur dan kualitas, pemasaran produk melalui saluran distribusi yang telah ada dengan hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan, kemudian penjualan produk perusahaan akan naik dan semakin menarik. Hal ini dilakukan agar strategi diferensiasi kualitas jasa/pelayanan (*service quality*), produk (*product*) dan saluran distribusi (*distribution channel*) perusahaan dapat lebih ditingkatkan demi mendongkrak keunggulan bersaing perusahaan.
2. PD Cipta Karya Nyata di Kabupaten Kubu Raya memiliki kebijakan yang cukup bagus dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan dan diharapkan terus dipertahankan, karena secara garis besar PD Cipta Karya Nyata sudah cukup berhasil dalam menjalankan strategi diferensiasi supaya keunggulan bersaing perusahaan dapat dipertahankan dan ditingkatkan terus-menerus.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufik. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Ritel: Panduan lengkap Pengelolaan Toko Modern*. Jakarta: PPM, 2005.
- Daft, Richard L. *Manajemen* (judul asli: Management), edisi kelima, jilid 1. Penerjemah Emil Salim, Tinjung Desy Nursanti, Maryanmi Hermant. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Dirgantoro, Crown. *Manajemen Stratejik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo, 2001.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2008.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publising Service), 2013.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen: dasar, pengertian, dan masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Hill, Charles W.L., dan Gareth R. Jones. *Strategic Management An Integrated Approach*, fifth edition. New York: Houghton Mifflin Company, 2001.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (judul asli: Maketing Management), edisi ketiga belas, jilid 2. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Porter, Michael E. *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul* (judul asli: Competitive Advantage). Penerjemah Tim Penerbit. Tangerang: Karisma Publising Group.
- Shar, Aan, Effed Darto Hadi, dan Seprianti Eka Putri. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Lembaga Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Pendidikan BP2K "SURYAFARMA HUSADA" BENGKULU." *The Manager Review, Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 17, no. 1 (Agustus 2014), pp. 45-55.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cetakan ketiga belas. Bandung: CV Alfabeta, 2009.