



## Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Dan Cost Leadership Terhadap Strategi Bersaing Pada Café Galang Di Food Court Limboto

Tasya Kidam<sup>1</sup>, Raflin Hineo<sup>2</sup>, Andi Juanna<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Gorontalo

### Abstract

Received: 27 April 2024  
Revised : 07 Mei 2024  
Accepted: 11 Mei 2024

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh diferensiasi pelayanan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto. (2) untuk mengetahui pengaruh cost leadership terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto. (3) untuk mengetahui pengaruh diferensiasi pelayanan dan cost leadership berpengaruh terhadap strategi bersaing pada café di food court limboto. Teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling dengan 96 responden, metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada konsumen pada cafe galang, dan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa: (1) diferensiasi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap strategi bersaing pada cafe Galang di food court limboto karena nilai  $t$  hitung sebesar  $2.155 > 1.985$  dan nilai signifikan  $0,034 < 0,05$ . (2) cost leadership berpengaruh signifikan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto karena nilai  $t$  hitung sebesar  $6.885 > 1.985$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . (3) diferensiasi pelayanan dan cost leadership berpengaruh signifikan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto karena  $f$  hitung sebesar  $223.503 > F$ -tabel  $3.09$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ . maka hasil koefisien determinasi memiliki  $R$  Square sebesar  $0,828$  (82.8%) sedangkan sisanya 17.2%.

**Keywords:** Diferensiasi Pelayanan, Cost Leadership, dan Strategi Bersaing

(\*) Corresponding Author: [tasyakidam21@gmail.com](mailto:tasyakidam21@gmail.com)

**How to Cite:** Kidam, T., Hineo, R., & Juanna, A. (2024). Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Dan Cost Leadership Terhadap Strategi Bersaing Pada Café Galang Di Food Court Limboto. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11183314>

## PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha atau bisnis memang sesuatu yang tidak bisa dihindari. Tidak hanya pada industri dengan cakupan bisnis yang besar ataupun luas, pada ikm pun persaingan menjadi indikator ancaman sekaligus peluang bagi pelaku usaha. Antara pesaing satu dengan lainnya, sebenarnya memiliki kepentingan yang sama. Dimana setiap cafe atau perusahaan berusaha menampilkan yang terbaik untuk menarik konsumen ataupun pelanggan (Kiraman et al., 2022).

Namun demikian, dalam menghadapi persaingan yang ketat seperti saat ini, café tersebut juga harus memperhatikan strategi yang dimilikinya agar mampu menghadapi persaingan tersebut. Salah satu strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat bertahan di dalam persaingan yang ketat adalah strategi bersaing (Rahmawati & Pratama, 2022). Nah strategi bersaing dapat digambarkan sebagai sebuah proses bagaimana perusahaan atau cafe membangun dan mengembangkan berbagai sumber daya stratejiknya yang memiliki potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing. Seperti yang dikatakan oleh chandler (1962) bahwa strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah

perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai saran dan tujuan tersebut.

Karena strategi dalam perusahaan dilakukan untuk memperoleh keunikan dan nilai tambah dibanding pesaingnya, yaitu dengan diferensiasi pelayanan. Diferensiasi pelayanan merupakan upaya membedakan diri dengan merancang system pengiriman yang lebih baik dan lebih cepat yang memberikan solusi yang lebih efektif dan efisien kepada konsumen. menurut Kotler dan amstrong (2012:20), diferensiasi dalam pelayanan atau jasa dapat menambah nilai serta perbaikan mutu produk dan membedakannya dengan produk lain. Diferensiasi pelayanan yang diberikan perusahaan dapat dilakukan dengan cara, seperti kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan konsumen, konsultasi konsumen, pemeliharaan dan perbaikan.

Ketika diferensiasi pelayanan di jadikan salah satu akibat terjadinya suatu permasalahan dalam penelitian, ada juga yang menjadi akibat dari permasalahan ini yaitu cost leadership atau juga bisa disebut dengan kepemimpinan biaya. Dalam penurunan pendapatan itu juga yang menjadikan setiap pebisnis restoran atau café harus mempunyai strategi untuk kedepannya. Jadi cost leadership atau strategi kepemimpinan bisa dijadikan salah satu cara yaitu dengan menekan biaya rendah serendah mungkin dibandingkan dengan para pesaing. Cost leadership atau kepemimpinan biaya ini adalah mengurangi biaya dibawah pesaingnya sementara pada saat yang sama masih menawarkan nilai yang memadai.

Usaha ini juga mendapatkan perhatian banyak orang yang selama ini sudah banyak berkembang pesat terutama di kabupaten Gorontalo tepatnya di area limboto, bidang usaha café merupakan salah satu bidang usaha yang biasanya bertahan dan bahkan berkembang di dalam kondisi perekonomian Indonesia yang tidak menentu. Café berasal dari Bahasa Prancis yang berarti minuman kopi. Namun seiring perkembangannya, café tidak hanya sebuah kedai yang menjual minuman kopi saja tetapi juga menjual beraneka macam makanan dan minuman. Keberadaan café seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana-mana dengan berbagai konsep seperti café bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Seperti halnya pada café pada penelitian ini yaitu café galang di food court limboto yang tepatnya berada di jln. Kayubulan, kec. Limboto, kab. Gorontalo. Café galang di food court limboto memiliki beraneka ragam makanan dan minuman untuk bisa di cicipi oleh pelanggan atau konsumen. Tidak hanya café galang saja yang berada di food court limboto, tetapi ada juga beberapa café yang menjadi pesaing café galang. Café ini sudah mengalami pergeseran definisi yaitu kini kerap dijadikan menjadi tempat bertemu dengan rekan kerja, mengerjakan tugas, rapat, arisan, reunion, merayakan ulang tahun atau sekedar tempat makan siang dan malam. Hal ini menjadi fenomena tersendiri bagi para pengusaha karena masyarakat Gorontalo merupakan tipe konsumtifnya yang tinggi (Ariana, 2016). Berikut ini adalah daftar café yang ada di food court limboto:

**Table 1.1**  
**Café yang berada di Food Court Limboto**

No	Nama-Nama Café
1	Café Galang
2	Café Ichan 13

3	Anugerah Devismi
4	Fieka Café
5	Risal Café
6	Tongkrongan 88
7	Warkop Menara 81
8	Lanz Food
9	Rm. Tempo Doeloe
10	Kuliner Merah Putih
11	J12 Kitchen
12	Cal'z Caffé
13	Sintya Café
14	Warung Makan F3
15	Asian Spices
16	Kedai 15
17	Yulia Café
18	Ochita Drink & More

*Sumber: tempat food court Menara*

Berdasarkan table 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah café atau kedai yang berada di food court limboto terdapat sebanyak delapan belas (18) café atau kedai.

Berdasarkan hasil observasi, peneliti memperoleh informasi bahwa terjadi fluktuasi kunjungan pelanggan akibat kurang baiknya pelayanan sehingga banyak pelanggan merasa tidak puas. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka café galang harus menciptakan suatu strategi pelayanan atau diferensiasi pelayanan untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan juga memiliki kemampuan untuk mempertahankan pelanggan. Jadi perlu dipikirkan cara-cara yang efektif untuk dapat memenangkan persaingan menjadi prioritas utama. Sehingga setiap perusahaan atau café memiliki cara yang berbeda antara cafe yang satu dengan cafe yang lain (Febri et al., 2019).

Dengan adanya lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan café galang untuk memenangkan suatu persaingan. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu factor yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Para pengusaha selalu memiliki pertimbangan yang matang mengenai lokasi sebelum membuka usahanya. Tidak menutup kemungkinan bahkan usaha jasa pun juga harus memiliki lokasi yang dekat dengan para pelanggan dalam rangka memberikan pelayanan prima kepada para pelanggan agar hubungan dengan para pelanggan dapat terjaga dengan baik. Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Maka, pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk/jasa yang diinginkan. Tidak hanya itu café galang juga berada di tempat yang banyak pesaingnya. Sehingga pemilik café harus memiliki keunggulan agar dapat menarik pelanggan.

Selain factor lokasi, factor harga juga merupakan factor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat strategi bersaing pada suatu produk. Cafe Galang terdapat beraneka macam makanan dan minuman yang memiliki masing-masing variasi tampilan yang berbeda serta menarik dan juga menawarkan harga yang terjangkau bagi konsumen yang berdatangan. Terdapat banyak produk yang dijual oleh café galang yang membuat para pembeli bebas untuk memilih produk berdasarkan keinginan dan kebutuhan mereka. Tidak hanya itu ada juga pembeli yang beranggapan bahwa harga pada café galang masih terbilang mahal, Karena harga di café galang pada salah satu produk makanan mereka yaitu ayam geprek dengan harga yang paling tinggi Rp.20.000 membuat konsumen menginginkan harga produk yang sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi. Hal tersebut akan memengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen mencari tahu harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya. Sehingga menimbulkan perbandingan yang sangat berbeda dengan harga produk pesaing yang berada di food court limboto.

Konsumen memutuskan pembelian maka pemasar harus memerhatikan beberapa faktor antara lain harga dan promosi dalam suatu produk. Namun, banyak dari mereka yang justru melupakan hal-hal sepele. Sama halnya yang terjadi pada café galang, misalnya seperti pesanan yang datang tidak sesuai dengan permintaan pelanggan. Kejadian salah antar pesanan adalah kejadian yang kerap kali terjadi pada café atau restoran, Bahkan bukan sesuatu yang baru lagi di dunia bisnis. Tidak hanya itu, konsumen akan tertarik pada sebuah produk yang ditawarkan perusahaan atau cafe apabila perusahaan mampu melakukan promosi yang efektif dan menarik dan menciptakan harga yang terjangkau dan kompotitif dibandingkan dengan harga yang sejenis. Tujuan promosi merupakan untuk menarik konsumen untuk memilih pilihan strategi bersaing terhadap produk yang ditawarkan dan harga merupakan pertimbangan konsumen untuk menentukan strategi bersaing terhadap produk yang ditawarkan. Harga dan promosi merupakan faktor yang sensitif bagi konsumen karena konsumen selalu melakukan pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian. Dengan banyaknya persaingan usaha sejenis yang ada di di food court limboto maka café galang harus tepat dalam menentukan harga dan promosi sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Setelah konsumen melihat promosi yang ditawarkan perusahaan maka dengan sendirinya konsumen membandingkan harga yang ditawarkan oleh produk lain yang sejenis sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian. Namun, pemilik café galang sudah tidak memiliki akun media social untuk mempromosikan kuliner yang dijual melalui media social.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey dan jenis hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah asumsi atau jawaban sementara atau rumusan masalah yang menanyakan hubungan antarvariabel (dua variable atau lebih). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen pada café galang di food court limboto tidak diketahui.

Dalam penelitian ini, Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel Teknik nonprobability yang digunakan yaitu dengan sampling incidental. Sampling incidental adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (sugiyono, 2017:85). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan rumus lemeshow karena jumlah populasi penelitian tidak diketahui secara pasti. Rumus lemeshow yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

D = alpha (0,10) atau sampling eror 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0,05(1 - 0,05)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96.04 \text{ (yang digenapkan ke 96)}$$

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

## HASIL PENELITIAN

### Penguji Hipotesis

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh antara variabel independen yaitu variabel Diferensiasi pelayanan dan Cost leadership terhadap Strategi bersaing. Dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS for windows versi 10 diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.689	3.490		2.203	.030
Diferensiasi Pelayanan	.358	.166	.221	2.155	.034
Cost Leadership	.891	.129	.705	6.885	<.001

A. Dependent Variable: Strategi Bersaing
--

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda***Sumber: Data Yang diolah SPSS 2023*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0,358$ ,  $X_2 = 0,891$  dan konstanta sebesar 7,689 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 7,689 + 0,358X_1 + 0,891X_2 + e$$

Maka dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta bernilai positif sebesar 7,689, karena hal ini berarti apabila Diferensiasi pelayanan ( $X_1$ ), dan Cost leadership ( $X_2$ ) dapat diasumsikan sama dengan nol, maka nilai variabel Strategi bersaing ( $Y$ ) sebesar konstan akan bernilai sebesar 7,689.
- b. Nilai Koefisien regresi Diferensiasi pelayanan ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu sebesar 0,358. Karena hal ini berarti apabila nilai Diferensiasi pelayanan ( $X_1$ ) meningkat satu-satuan, maka akan meningkatkan nilai diferensiasi pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,358.
- c. Sedangkan nilai koefisien regresi Cost leadership ( $X_2$ ) yang bernilai positif yaitu sebesar 0,891, dengan hal ini apabila nilai Cost leadership ( $X_2$ ) meningkat satu-satuan, maka akan meningkatkan nilai cost leadership ( $X_2$ ) sebesar 0,891.

**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Uji T merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas yaitu Variabel diferensiasi pelayanan dan cost leadership, dengan menjelaskan variabel-variabel strategi bersaing secara terpisah ataupun bersama-sama.

Adapun kriteria yang digunakan oleh peneliti yaitu, sebagai berikut :

- 1) Bila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Bila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  atau  $sig > \alpha$  (0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Adapun hasil peneliti menguji Hasil Uji T dalam pengolahan program SPSS dapat di lihat dalam Tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.8 Hasil Uji T (Uji Parsial)**

Variabel	t Hitung	Signifikansi
Diferensiasi Pelayanan ( $X_1$ )	2.155	,034
Cost Leadership ( $X_2$ )	6.885	,000

*Sumber : Data yang diolah SPSS2023*

Berdasarkan dari Tabel 4.9 di atas, maka dapat diperoleh T hitung untuk diferensiasi pelayanan sebesar 2.155, dan cost leadership sebesar 6.885. sehingga untuk menentukan t tabel, maka digunakan lampiran statistic tabel t dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$  dengan (df)  $n-1$  atau  $96-2-1 = 93$  maka diperoleh t tabel 1.985. Adapun hasil Uji T sebagai berikut :

1. Nilai  $T_{hitung}$  pada variabel diferensiasi pelayanan (X1) sebesar 2.155 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,034. Karena nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari pada T tabel yaitu  $2.155 > 1.985$  dan nilai signifikan  $0,034 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Maka variabel diferensiasi pelayanan (X1) memiliki pengaruh terhadap strategi bersaing secara Parsial ( $H_a$  diterima).

2. Nilai  $T_{hitung}$  pada variabel cost leadership (X2) sebesar 6.885 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari pada T tabel yaitu  $6.885 > 1.985$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Maka variabel cost leadership (X2) memiliki pengaruh terhadap strategi bersaing secara Parsial ( $H_a$  diterima).

### Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh signifikan antara variabel diferensiasi pelayanan (X1) dan cost leadership (X2) terhadap strategi bersaing secara Simultan. Sehingga kriteria pengambilan keputusan dalam Uji F ini adalah sebagai berikut :

- 1)  $H_o$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  dan signifikansi  $F_{hitung} > 0,05$
- 2)  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  dan signifikansi  $F_{hitung} < 0,05$

Hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 9 Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10064.690	2	5032.345	224.503	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	2084.643	93	22.416		
	Total	12149.333	95			
A. Dependent Variable: Strategi Bersaing						
B. Predictors: (Constant), Cost Leadership, Diferensiasi Pelayanan						

*Sumber : Data yang diolah SPSS 2023*

Berdasarkan pada Tabel 4.10 diatas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 224.503 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka cara untuk menghitung F tabel adalah sebagai berikut :

$$F_{tabel} = F(k : n-k) = 96-3 = 93$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

k = jumlah keseluruhan variabel

Dan dapat diketahui F tabel sebesar 3.09, maka nilai F hitung sebesar  $224.503 > F_{tabel}$  sebesar 3.09 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa diferensiasi pelayanan (X1) dan cost leadership (X2) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap strategi bersaing ( $H_a$  diterima).

### Hasil Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi Determinasi merupakan hasil untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel terikatnya, sehingga nilai koefisiensi determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Maka

nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu, dan nilai koefisiensi determinasi yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Mira Rosalia, (2020:81).

Maka Hasil pengujian koefisiensi determinasi dapat dilihat dalam Tabel dari nilai Adjusted R Square pada analisis regresi berganda yaitu, sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 <sup>a</sup>	.828	.825	4.735
A. Predictors: (Constant), Cost Leadership, Diferensiasi Pelayanan				
B. Dependent Variable: Strategi Bersaing				

*Sumber : Data yang diolah SPSS2023*

Berdasarkan dari Tabel 4.11 diatas, maka koefisien determinasi memiliki R Square sebesar 0,828. Hasil ini berarti 82.8% yaitu strategi bersaing (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independent yaitu variabel diferensiasi pelayanan (X1) dan cost leadership (X2). Sedangkan sisanya (100% - 82.8% = 17.2%) yang dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang dijelaskan dalam penelitian ini. Mira Rosalia, (2020:82).

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Strategi Bersaing pada Cafe Galang**

Diferensiasi pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Diferensiasi pelayanan dipandang sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam pemilihan produk dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Diferensiasi pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen.

Hasil penelitian menyatakan bahwa diferensiasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi bersaing pada cafe Galang di food court limboto. Hasil uji signifikansi parameter individual (uji t) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi diferensiasi pelayanan terhadap strategi bersaing pada Cafe sebesar  $0,034 < 0,05$  dan nilai koefisien positif sebesar 0,828 yang berarti H1 yang menyatakan bahwa ada Pengaruh diferensiasi pelayanan terhadap strategi bersaing pada café galang diterima. Diferensiasi pelayanan adalah suatu bentuk peningkatan pelayanan dan mutu dimana dapat dilihat bahwa diferensiasi pelayanan terdiri dari beberapa indicator yaitu Kemudahan pemesanan, Pengiriman, Pemasangan, Pelatihan pelanggan, dan Konsultasi pelanggan. Jadi indicator pertama diferensiasi pelayanan adalah kemudahan pemesanan, kemudahan pemesanan merupakan hal yang sangat penting dalam diferensiasi pelayanan karena kemudahan pemesanan sangat dibutuhkan oleh para pelanggan atau konsumen agar bisa memudahkan para konsumen untuk bisa mencapai apa yang mereka inginkan, seperti pelanggan ingin memesan suatu



makanan atau minuman kepada salah satu karyawan yang ada pada café galang tersebut. meskipun harus dilihat terlebih dahulu pada menu yang ada, tetapi belum tentu yang para konsumen inginkan masih ada atau justru sudah tidak ada lagi. Adapun pengiriman atau delivery yang merupakan salah satu indikator diferensiasi pelayanan yang menentukan proses pengiriman suatu produk atau layanan pada pelanggan, tetapi pada café galang sudah tidak melayani delivery karena pengiriman yang dilakukan sudah sangat jarang terjadi. Oleh karena itu, café galang hanya menerima pesanan yang secara langsung atau tatap muka.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yessi Ariyasti (2013) yang berjudul analisis strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada hotel grand elite pekanbaru. Dengan hasil penelitiannya yaitu menunjukkan bahwa pengujian secara simultan variable diferensiasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y). dapat memperkuat konsep adanya pengaruh positif antara diferensiasi personal dengan keunggulan bersaing. Hal ini dapat disimpulkan bahwa diferensiasi pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto.

#### **Pengaruh Cost Leadership Terhadap Strategi Bersaing pada Cafe Galang**

Menyatakan bahwa cost leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto. Hasil uji signifikansi parameter individual (uji t) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi strategi cost leadership terhadap strategi bersaing cafe sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien positif sebesar 0,828 yang berarti H<sub>2</sub> yang menyatakan bahwa ada Pengaruh strategi cost leadership terhadap strategi bersaing cafe diterima. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi cost leadership berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi bersaing cafe. Maka dari penjelasan diatas cost leadership mempunyai beberapa indikator yang merupakan pembahasan untuk melihat seberapa cost leadership berpengaruh terhadap strategi bersaing yaitu dengan efisiensi biaya produksi, mencari cara mengurangi biaya, efisiensi operasional, mengoptimalkan kapasitas penjualan, dan menawarkan harga yang kompetitif. Hal ini dapat dilihat dari strategi cost leadership atau harga lebih rendah dari pesaing yang dilakukan oleh Industri dengan pengendalian dan penekanan biaya bahan baku. Industri mengombinasikan harga rendah dengan pengoptimalan sumber daya manusia sehingga hasil output lebih banyak dan pekerja menjadi produktif. Berdasarkan efisiensi biaya produk merupakan salah satu kunci dalam cost leadership (kepemimpinan biaya) yang bertujuan untuk menghasilkan produk atau layanan dengan biaya produksi lebih rendah daripada pesaing, sehingga café galang bisa mendapatkan peluang untuk bisa mengurangi biaya produk serendah mungkin agar supaya para pelanggan juga merasa puas nantinya. Namun berdasarkan mencari cara mengurangi biaya dalam strategi cost leadership adalah tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam hal harga, sehingga cost leadership dalam hal mencari cara mengurangi biaya pada café galang harus lebih efisien karena bisa jadi yang akan berkurang adalah pelanggan dibanding biaya produk itu sendiri.

Sehingga dapat disimpulkan dalam Penelitian ini cost leadership berpengaruh signifikan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto. Dan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu, Lily

Perwianti (2019) yang berjudul analisa pengaruh cost leadership, diferentiation strategy dan market orientation terhadap kinerja perusahaan.

### **Pengaruh Diferensiasi Pelayanan dan Cost Leadership Terhadap Strategi Bersaing pada Cafe Galang**

Dapat dilihat dari hasil uji yang di dapatkan dari nilai f-hitung 224.503 > 3.09 f-tabel dengan nilai signifikan > 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti diferensiasi pelayanan dan cost leadership berpengaruh signifikan terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto. Hasil pengujian pun didukung dalam nilai koefisien determinasi sebesar 0,828 atau 82,8% artinya diferensiasi pelayanan dan cost leadership dapat menjelaskan perubahan strategi bersaing pada café galang di food court limboto sebesar 82,8%.

Dikarenakan diferensiasi pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat strategi yang ada pada café galang, dimana nanti pelayanan pada konsumen akan berpengaruh juga terhadap café dan akan menimbulkan keunggulan bersaing pada café lainnya untuk lebih meningkatkan pelayanannya. Sedangkan cost leadership merupakan strategi perusahaan dengan cara meminimalkan biaya serendah mungkin untuk memaksimalkan dengan strategi bersaing pada café galang, apabila café galang mengurangi harga pada suatu produk akan bisa membuat strategi baru untuk bisa bersaing dengan café lainnya. Inilah yang membuat strategi bersaing dapat dipengaruhi signifikan bersama-sama secara simultan oleh variable diferensiasi pelayanan dan cost leadership.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian Reski Yanti (2022), yang mengungkapkan bahwa strategi cost leadership dan strategi diferensiasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan pengujian simultan yang mana variable independen yang bersama-sama mempengaruhi variable dependen secara positif dan signifikansi. Dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi cost leadership dan strategi diferensiasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada industri kain sutera kabupaten wajo kampoeng bni. Yang mana dibuktikan bahwa T hitung lebih besar dari pada T table sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh diferensiasi pelayanan dan cost leadership terhadap strategi bersaing pada cafe galang di food court limboto Kabupaten Gorontalo kec. Limboto maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. secara pengujian Hipotesis dalam Uji T ( uji parsial) maka di simpulkan bahwa variabel diferensiasi pelayanan berpengaruh terhadap strategi bersaing karena nilai T hitung lebih besar dari pada T tabel, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka variabel diferensiasi pelayan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto, kab. Gorontalo.
2. secara pengujian Hipotesis dalam Uji T (uji parsial) maka dapat disimpulkan bahwa variabel cost leadership berpengaruh terhadap strategi bersaing, dengan nilai T hitung yang lebih besar dari pada nilai T tabel, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka variabel diferensiasi pelayanan berpengaruh positif dan

signifikansi terhadap strategi bersaing pada café galang di food court limboto, kab. Gorontalo.

3. Maka secara Uji F (uji simultan) dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel dependen karena nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat diartikan bahwa variabel diferensiasi pelayanan dan cost leadership berpengaruh bersama-sama secara simultan terhadap variabel strategi bersaing pada café galang di food court limboto, kab. Gorontalo.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A, A. J., B, U. K., C, S. K. S., D, Z. K. A., & E, Y. L. I. (2023). *Trends Of Research Keywords Related To The Network And Negotiating Skills In Digital Era: A Bibliometric Review Article History: Keywords: Leadership; Negotiating; Juanna, A., Kango, U., Singh, K. S., Abdussamad, Z. K., Ismail, Y. L. (2023). Building A.* 1–16.
- Anugrah, I. W., & Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Stratejik Terhadap Strategi Bersaing Ukm Café Dan Restoran. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(3), 78. <https://doi.org/10.35697/Jrbi.V3i3.947>
- Ar, M. O. O., Literate, S., & Indonesia, J. I. (2020). *Analisis Pengaruh Strategi Bersaing Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dikecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*
- Ariana, R. (2016). *Analisis Swot Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Pada Café & Resto Azkiya Di Desa Gadingrejo Jember.* 1–23.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Formulasi Strategi Bersaing (Studi Kasus Pada Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Pekanbaru).* 13(1), 1–13.
- Fario, F., & Cardo, E. (2022). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal, Sumber Daya Keuangan, Dan Cost Leadership Strategies Terhadap Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 2015–2027.
- Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal Geoekonomi*, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/Geoekonomi.V10i2.100>
- Gobel, J., Yantu, I., & Juanna, A. (2022). Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Kentucky Fried Chicken (Kfc) Jl. Hb Jassin Gorontalo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen ...*, 5(2), 611–620. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb/article/view/16506>
- Ian Burke, G., & Jarratt, D. G. (2004). The Influence Of Information And Advice On Competitive Strategy Definition In Small- And Medium-Sized Enterprises. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 7(2), 126–138. <https://doi.org/10.1108/13522750410530039>
- Kelly, L., & Booth, C. (2013). Pengaruh Strategi Kepemimpinan Biaya Dan Diferensiasi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Ukm Sepatu Cibaduyut. *Dictionary Of Strategy: Strategic Management A-Z*, 18–36. <https://doi.org/10.4135/9781452229805.N169>
- Kiraman, A., Umar, Z. A., & Juanna, A. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi

- Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jambura: Jurnal Ilmiah* ..., 5(2), 809–818. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb/article/view/16553> <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb/article/viewfile/16553/5235>
- Malonda, M., Azmarita, D., & Saputra, J. (N.D.). *Pentingnya Strategi Bersaing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kinerja Pada Cafe 89 Degress*. 134–141.
- Mukaromah, H., & Kurniawati, E. Y. (2021). Pengaruh Diferensiasi Layanan Bris Online Dan Citra Bank Bri Syariah Kcp Magelang. *Hukum Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 49–73.
- Ni'mah, A. F. (2019). *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Toko Hijab Novieshima Jepara)*. 1(1), 8–29.
- Nina, Y., Hinely, R., & Isa, R. A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Kuliner Ayam Geprek Di Era Pandemi Covid-19 Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 365–373. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb/article/view/15045>
- Nue, N. I., Niode, I. Y., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Lingkungan Internal Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Industri Mikro Kecil (Imk) Di Kota Gorontalo (Studi Pada Kerajinan Karawo). *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 154–162. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14264>
- Nugraha, S., Brahmana, K. M. R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2020). *Pengaruh Retail Strategy Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Konsumen Greenly Surabaya*. 8.
- Pohuwato, M. K., & Monoarfa, S. (2022). *Yume : Journal Of Management Pengaruh Diferensiasi Pelayanan , Harga Dan Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sinar F2 Di*. 5(3), 13–20. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3067>
- Rahmawati, I., & Pratama, K. Ita. (2022). Pengaruh Diferensiasi Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unwaha). *Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 173–180. <https://bajangjournal.com/index.php/juremi/article/view/3293>
- Ramadhani, D. S. &, & Lita, R. P. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing ( Studi Kasus Pada Konsumen Damarindo Digital Printing Di Padang). *Jurnal Ekonomi*, 7.
- Riny, & Hasna, H. (2019). Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Auto2000 Karawang. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 6(2), 1–100. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/151423/slug/pengaruh-diferensiasi-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-auto2000-karawang.html>
- Ritonga, Z. (2019). Pengaruh Strategi Bersaing Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Lingkungan Persaingan Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Perusahaan Jasa Laundry Di

- Labuhanbatu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 5(2), 107–119. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v5i2.65>
- Septyaningrum, A., & Handayani, A. (2017). *Cost Leadership Pada Penurunan Pendapatan Saat Pandemi Coronavirus Disease-19 Di Restoran Gresik Kota Baru*. 2, 492–499.
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar Dan Strategi Bersaing Terhadap Pendapatan Umkm Di Kecamatan Simeulue Timur. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Wulandari, O. :, Linda, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Strategi Diferensiasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenindustri Jasa Perhotelan (Studi Pada Hotel The Hills Kota Bukittinggi). *Jom Fisip*, 4(1).
- Yanti, R., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Makassar, U. M. (2022). *Pengaruh Strategi Cost Leadership Dan Diferensiasi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Industri Kain Sutera Kabupaten Wajo Kampoeng Bni*.