

## Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk & Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Cake and Bakery di Yogyakarta

Catherine Adelia br Purba<sup>1</sup> Audita Nuvriasari<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [purbacatherine03@gmail.com](mailto:purbacatherine03@gmail.com)<sup>1</sup> [metopen11@gmail.com](mailto:metopen11@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel metode purposive sampling. Hasil Uji Instrumen menyatakan bahwa data dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel. Hasil Uji Asumsi Klasik dinyatakan data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan menghasilkan model regresi yang bebas dari multikolinieritas dan heterokedastisitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta. (2) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta. (3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek, dan Keunggulan Bersaing

### Abstract

*This study aims to analyze the effect of Product Quality, Product Innovation, Brand Image on the competitive advantage of cake & bakery MSMEs in Yogyakarta. The sample in this study were 50 respondents using purposive sampling technique. The results of the Instrument Test state that the data in this study are proven to be valid and reliable. The results of the Classical Assumption Test stated that the data in this study were normally distributed and produced a regression model that was free from multicollinearity and heteroscedasticity. The results of this study prove that: (1) Product Quality has a positive and significant effect on the competitive advantage of cake & bakery MSMEs in Yogyakarta. (2) Product Innovation has a positive and significant effect on the competitive advantage of cake & bakery MSMEs in Yogyakarta. (3) Brand Image has a positive and significant effect on the competitive advantage of cake & bakery MSMEs in Yogyakarta.*

**Keywords:** Product Quality, Product Innovation, Brand Image, and Competitive Advantage



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

Bisnis cake and bakery di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat, baik yang ditawarkan melalui toko roti tradisional maupun modern serta di pasarkan secara konvensional maupun melalui media bisnis digital. Penjualan cake and bakery pada tahun 2021 mencapai USD 18,7 miliar atau sekitar Rp2,6 triliun (Maifani, 2021). Penjualan ini terbukti mencetak penjualan cake and bakery tertinggi di kawasan Asia Tenggara. Bisnis cake and bakery juga berkembang di Yogyakarta dengan beragam skala usaha dari home industry sampai skala besar. Produk UMKM di Kota Yogyakarta khususnya masakan sangat beragam dan unggul. Pada tahun 2023, terdapat 32.917 usaha kecil, menengah, dan mikro di kota Yogyakarta produk kuliner yang terdapat di aplikasi Jogja Smart Service (JSS). Keunggulan bersaing adalah kemampuan menawarkan nilai yang diciptakan unit bisnis untuk konsumen, kondisi bisnis ini mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi ketika dibandingkan dengan yang diperoleh para pesaingnya (Dahmiri dkk, 2021a). Keunggulan bersaing menunjukkan kondisi dimana semakin

tinggi kualitas potensi sumber daya yang dimiliki bisnis tersebut, maka semakin mudah bisnis memilih dan mengimplementasikan rencana-rencana strategisnya.

Kualitas produk adalah tingkat kualitas yang diharapkan dan keragaman pengendalian untuk mencapai kualitas tersebut guna memenuhi permintaan konsumen (Rosyida & Yamit, 2022). Hasil dari penelitian sebelumnya (Dahmiri, 2021) penelitian tersebut membuktikan semakin baik kualitas produk yang di tawarkan kepada konsumen maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing Hasil penelitian yang berbeda menjelaskan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi kuat atau lemahnya keunggulan bersaing pada suatu bisnis (Lestari dkk, 2020). Inovasi produk merupakan hasil dari proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya (Hasnatika, 2018). Hasil penelitian sebelumnya membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan inovasi produk, maka akan diikuti peningkatan keunggulan bersaing (Maifani, 2021). Hasil penelitian yang berbeda menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, penelitian tersebut membuktikan bahwa inovasi produk bukan merupakan sumber keunggulan bersaing (Soleha & Indrawati, 2022).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing adalah citra merek. Citra merek merupakan persepsi ataupun kesan yang muncul dibenak konsumen ketika dilihat, didengar, dibaca bahkan saat menggunakan produknya(Ajnya dkk., 2023). Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing bahwa semakin baik citra merek maka aka berdampak pada meningkatnya keunggulan bersaing (Noviani, 2019). Hasil penelitian berbeda yang dilakukan oleh (Wilar,dkk 2017) menjelaskan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Artinya bahwa setiap peningkatan keunggulan bersaing tidak dipengaruhi oleh citra merek. Disamping itu berdasarkan sejumlah penelitian sebelumnya ditunjukkan adanya keragaman hasil penelitian yang menguji pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan citra merek terhadap keunggulan bersaing cake and bakery di Yogyakarta. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan citra merek terhadap keunggulan bersaing cake and bakery di Yogyakarta”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel metode purposive sampling. Hasil Uji Instrumen menyatakan bahwa data dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel. Hasil Uji Asumsi Klasik dinyatakan data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan menghasilkan model regresi yang bebas dari multikolinearitas dan heterokedastisitas.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan citra merek terhadap keunggulan bersaing UMKM cake and bakery di Yogyakarta.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.750	5.405		-.694	.491		
	TOTAL_X1	.567	.185	.459	3.065	.004	.580	1.725
	TOTAL_X2	.039	.167	.036	.235	.815	.541	1.847
	TOTAL_X3	.363	.187	.254	1.945	.058	.761	1.314

$$Y = -3.750 + 0,459 X1 + 0,036 X2 + 0,254 X3$$

Berdasarkan tabel 1 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta memiliki nilai -3.750 dan ditandai sebagai negatif, artinya bila variabel independent (kualitas produk, inovasi produk dan citra merek) adalah nol (0) dianggap konstan, maka keunggulan bersaing akan terjadi sebesar -3.750.
2. Nilai koefisiensi regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,459 bermakna apabila skor penilaian variabel kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan, maka skor penilaian variabel keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,459. Variabel kualitas produk memiliki arah pengaruh yang searah (positif) dengan variabel keunggulan bersaing.
3. Nilai koefisiensi regresi variabel inovasi produk (X2) sebesar 0,036 bermakna apabila skor penilaian variabel inovasi produk meningkat sebesar 1 satuan, maka skor penilaian variabel keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,036. Variabel inovasi produk memiliki arah pengaruh yang searah (positif) dengan variabel keunggulan bersaing.
4. Nilai koefisiensi regresi variabel citra merek (X3) sebesar 0,254 bermakna apabila skor penilaian variabel citra merek meningkat sebesar 1 satuan, maka skor penilaian variabel keunggulan bersaing akan meningkat sebesar 0,254. Variabel citra merek memiliki arah pengaruh yang searah (positif) dengan variabel keunggulan bersaing

### Hasil Uji t

Hasil uji t yang ditampilkan dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji t**

Variabel	t	Signifikasi (p)	Kesimpulan
Kualitas Produk	3.065	0.004	Ha1 diterima
Inovasi Produk	0.235	0.815	Ha2 ditolak
Citra Merek	1.945	0.058	Ha3 ditolak

Hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_0$ 1 ditolak dan  $H_a$ 1 diterima, artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM cake and bakery di Yogyakarta
2. Pengujian Hipotesis 2: Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi  $0,815 > 0,05$ , maka  $H_0$ 2 diterima dan  $H_a$ 2 ditolak, artinya inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM cake and bakery di Yogyakarta.
3. Pengujian Hipotesis 3: Pengaruh Citra Merek terhadap Keunggulan Bersaing. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi  $0,058 > 0,05$ , maka  $H_0$ 3 diterima dan  $H_a$ 3 ditolak, artinya citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM cake and bakery di Yogyakarta.

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

Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.634 <sup>a</sup>	.402	.362	2.255	1.801

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh variabel kualitas produk, inovasi produk dan citra merek terhadap variabel keunggulan bersaing sebesar 36,2% dan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil uji hipotesis 1 dibuktikan bahwa kualitas produk cake and bakery berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake and bakery di Yogyakarta. Pernyataan ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing, sebaliknya jika penerapan kualitas produk kurang efektif maka akan menurunkan nilai keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fathiyah & Nuvriasari (2024) dan Haryono & Marniyati, (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM.

### **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2 dibuktikan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake and bakery di Yogyakarta. Pernyataan ini membuktikan bahwa inovasi produk bukan penentu keunggulan bersaing UMKM, artinya tingkat inovasi produk yang diimplementasikan di UMKM akan berdampak pada kuat lemahnya keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maifani, (2021) dan Soleha & Indrawati, (2022). yang menyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### **Pengaruh Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 dibuktikan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake and bakery di Yogyakarta. Pernyataan ini membuktikan bahwa citra merek merupakan bukan faktor penentu pada keunggulan bersaing UMKM, artinya citra merek tidak akan berdampak pada kreativitas dan usaha keras pelaku bisnis. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wilar, dkk (2017) dan Hariana, (2020) menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

## **KESIMPULAN**

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk cake and bakery maka akan meningkatkan keunggulan bersaing. Sedangkan, inovasi produk dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM cake & bakery di Yogyakarta. Saya juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu Audita Nuvriasari, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan seluruh dosen pengajar Program Studi Manajemen di Universitas Mercu buana bekal ilmu pengetahuan serta orangtua peneliti yang sudah mendoakan proses menyelesaikan karya tulis ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ajnya, I. G. A. A. M. S. D., Jatra, I. M., Yasa, N. N. K., & Riana, I. G. (2023). *Brand Ambassador, Citra Merek, Dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. CV Pena Persada.
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Khalik, I. (2021b). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 434. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.401>
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Hasnatika, I. F. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. 4(3)
- Ikrimatul Fathiyah & Audita Nuvriasari. (2024). The Role of Service Quality, Product Quality, and Price in Creating a Competitive Advantage Coffee Shop in Cirebon City. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 415–426. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i3.8596>
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. 2.
- Maifani, E. (t.t.). Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M).
- Soleha, P., & Indrawati, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Makanan Olahan Sagu Di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti. 14.
- Wilar, O. W., Worang, F. G., & Soepeno, D. (2017). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado.