

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA TAHU TEMPE DI DESA RAMBAH UTAMA SKPA

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyusunan Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

CUT TARI DAMAYANTI

NIM : 2125047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : CUT TARI DAMAYANTI
NIM : 2125047
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI DIGITAL
MARKETING DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA TAHU
TEMPE DI DESA RAMBAH UTAMA SKPA

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada Rabu, 16 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 23 Juli 2025

Pembimbing I



Dr. Afrijal, MM

NIDN. 1027076902

Pembimbing II

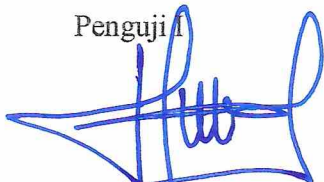


Makmur, SE, MMA, Ph.D

NIDN. 1010038007

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



Dr. Hendry Kurniawan, S.E., M., CHRP

NIDN. 1003078701

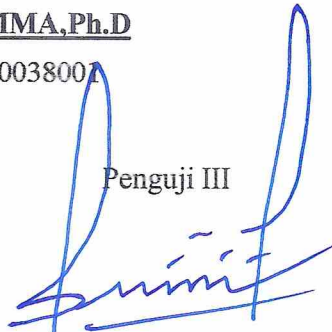
Penguji II



ARRAFIQUUR RAHMAN, SE., MM., Ph.D

NIDN. 1018108502

Penguji III



Seprini, SE., MM

NIDN. 1025097804

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Nurhayati, SE., M.Si

NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

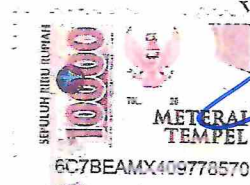
Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini, Saya:

NAMA : Cut Tari Damayanti
NIM : 2125047
JUDUL : Pengaruh Kualitas Produk, Strategi *Digital Marketing* Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Tahu Tempe Di Desa Rambah utama SKPA
PENELITIAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu instansi pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 20 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Cut Tari Damayanti
NIM. 2125047

ABSTRAK

CUT TARI DAMAYANTI. NIM: 2125047. 2025. PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING USAHA TAHU TEMPE DI DESA RAMBAH UTAMA SKPA. PEMBIMBING I: Dr. H. AFRIJAL, SE., MM DAN PEMBIMBING II: MAKMUR, SE., MMA,Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: mengetahui pengaruh pengaruh kualitas produk, *digital marketing* dan orientasi kewirausahaan secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing usaha tahu tempe di Desa Rambah Utama SKPA. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik dan karyawan usaha tahu tempe di Desa Rambah Utama SKPA. Teknik penentuan sampel *sampling* jenuh (sensus) sebanyak 18 orang. Uji keandalan instrument meliputi uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 86,5% keunggulan bersaing dipengaruhi oleh kualitas produk, *digital marketing* dan orientasi kewirausahaan, sedangkan sisanya 13,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian, pada pengujian secara parsial hanya kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, sedangkan secara simultan kualitas produk, *digital marketing* dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: kualitas produk, *digital marketing*, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah Shubhanallah wa taala atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Nurhayati, SE., M.Si, CTT selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Dr. Afrijal, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Makmur, SE., MMA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah banyak melimpahkan ilmunya kepada penulis selama penulis menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
7. Untuk yang tersayang kepada kedua orangtua penulis yang telah banyak memberikan pengorbanan kepada saya, baik itu dukungan moral maupun material.

8. Buat keluarga penulis, terima kasih semuanya telah memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.
10. Kepada seluruh rekan-rekan se-angkatan yang ikut mendukung penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen.

Pasir Pengaraian, Februari 2025

Penulis

CUT TARI DAMAYANTI
NIM : 2125047

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Penulisan	14

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.1.2 Pengertian Strategi <i>Digital Marketing</i>	20
2.1.3 Pengertian Orientasi Kewirausahaan.....	25
2.1.4 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	29
2.1.5 Penelitian yang Relevan.....	34
2.2 Kerangka Konseptual	35
2.3 Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38

3.5	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	39
3.6	Instrumen Penelitian	40
3.7	Teknik Analisis Data	45
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.7.2	Uji Asumsi klasik.....	45
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.7.4	Koefisien determinasi (R^2).....	48
3.7.1	Pengujian Hipotesis	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2	Karakteristik Responden.....	51
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian.....	53
4.3.1	Uji Validitas.....	53
4.3.1	Uji Reabilitas.....	54
4.4	Analisis Tingkat Capaian Responden (TCR).....	55
4.4.1	Variabel Kualitas Produk.....	55
4.4.2	Variabel Strategi <i>Digital Marketing</i>	56
4.4.3	Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	58
4.4.4	Variabel Keunggulan Bersaing.....	59
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.5.1	Uji Normalitas data.....	61
4.5.2	Uji Multikolonearitas.....	62
4.5.3	Uji Heteroskeadstisitas.....	63
4.6	Analisis Regesi Linear Berganda.....	64
4.7	Koefisien Determinasi.....	65
4.8	Uji Hipotesis.....	66
4.8.1	Uji t.....	66
4.8.2	Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	67
4.9	Pembahasan.....	68

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Usaha Tahu Tempe Di Desa Rambah Utama.....	9
Tabel 1.2 Pendapatan Usaha Tahu Tempe Di Desa Rambah Utama.....	11
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	41
Tabel 3.3 Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Independen	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.7 TCR Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.8 TCR Variabel Strategi <i>Digital Marketing</i>	56
Tabel 4.9 TCR Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	58
Tabel 4.10 TCR Variabel Keunggulan Bersaing.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonearitas	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial.....	66
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Uji Simultan.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63