

**PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN
PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PADA UMK KULINER DI
KOTA GORONTALO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan S1 Manajemen

Oleh

DINDA AYU DARMA

931417083



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
2022**



**PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN
PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PADA UMK KULINER DI
KOTA GORONTALO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Jurusan S1 Manajemen

Oleh

DINDA AYU DARMA

931417083



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
2022**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Negeri Gorontalo maupun Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh atau sanksi lain sesuai dengan norma/aturan yang berlaku pada FAKULTAS EKONOMI Universitas Negeri Gorontalo.

Gorontalo, 24 Mei 2022



DINDA AYU DARMA
NIM. 931417083

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN
PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
PADA UMK KULINER DI KOTA GORONTALO

SKRIPSI

Oleh: Dinda Ayu Darma

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I


Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si
NIP. 197909252005012001

Pembimbing II


Endi Rahman, SE., MM
NIP. 198006132009121004

Mengetahui :
Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom. M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING
PADA UMK KULINER DI KOTA GORONTALO

Oleh
DINDA AYU DARMA
NIM. 931417083

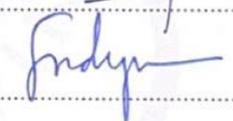
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 18 Mei 2022

Waktu : 13:00:00

Penguji

1. Dr. ZAINAL ABIDIN UMAR, M.Si
NIP.196902082001121001
2. RAMLAN AMIR ISA, SE, MM
NIP.197508282006041001
3. ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si
NIP.197909252005012001
4. ENDI RAHMAN, SE, MM
NIP.198006132009121004

1. 
2. 
3. 
4. 

Mengetahui:
Dekan FAKULTAS EKONOMI

Dr. RAFLIN HINELO, S.Pd., M.Si
NIP. 197306181999031001

ABSTRAK

Dinda Ayu Darma. 931417083. 2021. Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. Skripsi. Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah Bimbingan Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si Sebagai Pembimbing I dan Endi Rahman, SE, MM Sebagai Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para pelaku UMK di Kota Gorontalo. Penarikan sampel dalam penelitian menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *SPSS 21*.

Hasil penelitian menunjukkan 1) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, 2) Pemasaran Sosial Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, dan 3) Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 60,6% yang berarti variabilitas Keunggulan Bersaing dapat dijelaskan oleh Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial sebesar 60,6%.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Pemasaran Media Sosial, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

Dinda Ayu Darma. 931417083. 2021. The Effect of Product Innovation and Social Media Marketing Strategies on Competitive Advantage in Culinary MSEs in Gorontalo City. Undergraduate Thesis. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo. The principal supervisor is Zulfia K. Abdussamad, S.E., M.Si., and the co-supervisor is Endi Rahman, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of product innovation and social media marketing strategies on competitive advantage in culinary MSEs in Gorontalo City. This study uses quantitative methods, descriptive quantitative approaches, and primary data obtained from questionnaires distributed to MSEs in Gorontalo City. The sample consisted of 85 respondents who were taken using the Slovin formula. Data analysis used multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 21 program.

The research findings show that (1) product innovation has a positive and significant effect on competitive advantage, (2) social media marketing has a positive and significant effect on competitive advantage, and (3) simultaneously, product innovation and social media marketing have a significant effect on competitive advantage. The coefficient of determination is 60.6%, which means that the variability of competitive advantage can be explained by product innovation and social media marketing of 60.6%. Thus, the hypothesis stating that the product innovation and social media marketing affect the competitive advantage is accepted.

Keywords: Product Innovation, Social Media Marketing, Competitive Advantage

