



**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI DAN JIWA
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
INDUSTRI ROTI**

*Institutions The Effect of Differentiation Strategy and Entrepreneurial Spirit on
Consumer Loyalty in The Bread Industry*

Siti Ahdina Saadatirrohmi*¹, Rismawati²

^{1,2}Universtas Islam Negeri Mataram

*¹Email: sitiahdina@uinmataram.ac.id

²Email: risma1411@gmail.com

Abstract

Competitive competition in maintaining customer loyalty is crucial for business sustainability. Differentiation strategies are carried out by companies to create competitive advantages through differences in products and services offered, while entrepreneurial spirit includes the spirit of innovation, creativity, and adaptation to market changes. This study aims to analyze the effect of differentiation strategy and entrepreneurial spirit on consumer loyalty in the bakery industry in Babakan Village. This research uses a quantitative method with a survey approach through distributing questionnaires to 96 respondents who were selected incidentally. The data obtained were analyzed using multiple linear regression to test the effect of independent variables (differentiation strategy and entrepreneurial spirit) on the dependent variable (consumer loyalty). The results showed that both differentiation strategy and entrepreneurial spirit have a significant influence on customer loyalty. The differentiation strategy with a coefficient value of 0.5017 and the entrepreneurial spirit with a coefficient value of 0.5762 contribute positively to increasing customer loyalty. The F test conducted also indicates that simultaneously, the two independent variables significantly affect customer loyalty.

Keywords: *Differentiation Strategy, Entrepreneurial Spirit, Consumer Loyalty.*

Abstrak

Persaingan yang kompetitif dalam mempertahankan loyalitas konsumen menjadi hal yang krusial bagi keberlanjutan usaha. Strategi diferensiasi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui perbedaan produk dan layanan yang ditawarkan, sementara jiwa kewirausahaan mencakup semangat inovasi, kreativitas, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas konsumen dalam industri roti di Desa Babakan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran angket kepada 96 responden yang dipilih secara insidental. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas (strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan) terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik strategi diferensiasi maupun jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Strategi diferensiasi dengan nilai koefisien sebesar 0,5017 dan jiwa kewirausahaan dengan nilai koefisien sebesar 0,5762 berkontribusi positif terhadap peningkatan loyalitas konsumen. Uji F yang dilakukan juga mengindikasikan bahwa secara simultan, kedua variabel bebas tersebut secara signifikan mempengaruhi loyalitas

konsumen.

Kata Kunci: Strategi Diferensiasi, Jiwa Kewirausahaan, Loyalitas Konsumen.

PENDAHULUAN

Dinamika lingkungan yang terus berkembang dan mengalami perubahan cepat, perusahaan dihadapkan pada beragam tantangan. Tantangan tersebut tidak hanya terkait dengan kemampuan perusahaan dalam memproduksi dan memasarkan produknya, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan untuk bertahan dan mencapai keunggulan dalam persaingan dengan perusahaan serupa. Persaingan muncul karena perusahaan berusaha untuk meraih margin atau keuntungan, yang mengharuskan perusahaan untuk fokus pada produksi barang berkualitas dan sesuai dengan preferensi konsumen.

Dengan kemajuan dalam teknologi dan ilmu pengetahuan, orang menjadi lebih cerdas dan kritis saat membuat keputusan pembelian, dan mereka lebih berhati-hati dalam mengeluarkan uangnya untuk membeli barang yang sesuai dengan referensi mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengimplementasikan strategi khusus guna mencapai keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya.

Di tengah persaingan yang semakin ketat di antara industri sejenis, setiap industri harus dapat mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke industri lain. Meningkatkan loyalitas konsumen menjadi tujuan perusahaan, terutama untuk meningkatkan penjualan, terutama pada periode penurunan penjualan.

Loyalitas Pelanggan menjadi faktor penting dalam operasional suatu bisnis. Kotler mengatakan bahwa loyalitas konsumen adalah tujuan jangka panjang yang dapat dicapai perusahaan ketika mereka membuat rencana (Sutrisna, 2019, 4). Dengan tingginya tingkat loyalitas konsumen, pembelian berulang akan terjadi, memberikan dampak positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Dharmmesta, Mowen dan Minor menyatakan bahwa pelanggan yang setia memiliki sikap terhadap setiap produk dengan mempertimbangkan fitur unik yang dimilikinya (Mulyanto, 2019: 3). Perusahaan berusaha untuk menjalin hubungan yang langgeng dengan konsumen, bertujuan untuk memelihara kepercayaan dan meningkatkan persepsi positif terhadap setiap produk dalam jangka panjang.

Untuk membuat konsumen menjadi loyal, salah satu upaya yang dilakukan Perusahaan dengan merancang strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar mereka mempunyai perbedaan berupa keunggulan dari perusahaan sejenis baik itu dari segi produk dan pelayanannya. Menurut Kotler, Strategi ini adalah cara perusahaan membuat produk atau layanannya berbeda dari pesaing dengan menambahkan fitur penting dan berharga (Fadilah, 2009: 9).

Dengan karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan, ia memiliki keunggulan dalam bersaing di pasar yang sangat tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki keunggulan yang konsisten di mata pelanggan agar pelanggan terus membeli barang dagangan perusahaan.

Selain itu, sebuah perusahaan perlu mengembangkan jiwa kewirausahaan agar dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya dan meraih loyalitas konsumen. Jiwa kewirausahaan merupakan elemen kritis yang mencakup semangat inovasi, kreativitas, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Dengan mengintegrasikan jiwa



kewirausahaan dalam budaya perusahaan, perusahaan dapat secara proaktif mengidentifikasi peluang baru, merespons perubahan lingkungan bisnis, dan memberikan solusi yang inovatif untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Pengembangan jiwa kewirausahaan juga memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Konsumen cenderung lebih tertarik dan terikat pada perusahaan yang menunjukkan semangat kewirausahaan, karena hal ini menciptakan persepsi bahwa perusahaan selalu berusaha memberikan nilai tambah dan pengalaman yang unik. Dengan demikian, jiwa kewirausahaan bukan hanya tentang menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga menciptakan nilai yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilaksanakan di desa Babakan, yang mengalami pertumbuhan dan memiliki potensi ekonomi yang berasal dari sektor industri roti. Desa ini menjadi pasar potensial untuk produk roti, namun demikian, tingkat persaingan di antara produsen yang menawarkan jenis roti serupa sangat tinggi. Analisis awal menunjukkan bahwa desa Babakan memiliki potensi sebagai pasar yang signifikan bagi produk roti, tetapi juga dihadapkan pada persaingan ketat antar produsen.

Jumlah konsumen industri roti di Desa Babakan mengalami fluktuasi, dengan adanya peningkatan dan penurunan penjualan secara bergantian. Namun, meskipun terjadi fluktuasi, loyalitas konsumen terhadap industri roti di desa Babakan tetap tinggi, terutama terlihat dari sejumlah konsumen yang secara berulang kali melakukan pembelian roti. Menurut Griffin (dalam Hermanto, 2019). Kepatuhan atau loyalitas seorang konsumen dapat diukur dari kebiasaan pembelian yang konsisten setidaknya dua kali. Selain itu, secara umum, konsumen yang sering melakukan pembelian di industri tersebut mayoritas berasal dari kalangan pedagang yang tertarik untuk menjual kembali produk roti tersebut karena harganya yang terjangkau.

Meskipun demikian, dalam aspek diferensiasi, roti yang dihasilkan memiliki daya tahan terbatas, dan layanan yang diberikan oleh industri roti di Babakan masih belum mencapai tingkat optimal. Seperti Pelayanan masih terkendala kecepatan karena pengemasan masih dilakukan secara manual tanpa dukungan mesin atau teknologi.

Dari indikator jiwa kewirausahaan yang diamati di industri roti di desa Babakan, pemilik usaha menunjukkan sikap percaya diri dan semangat kewirausahaan yang kuat. Mayoritas dari mereka memiliki pengalaman luas sebelum memulai usaha sendiri, sering kali bekerja dalam berbagai peran di tempat kerja sebelumnya, termasuk dalam proses pembuatan roti. Hal ini membuat mereka terbiasa dan percaya diri dalam menjalankan usaha mereka, bahkan sampai ikut langsung melayani konsumen.

Penilaian terhadap aspek kewirausahaan lebih sering dilakukan melalui produk yang dihasilkan, karena dapat mencerminkan tindakan dan sikap seseorang dalam konteks bisnis. Namun, semangat kewirausahaan juga terlihat dalam pengambilan risiko, seperti memberikan opsi pertukaran produk kepada pedagang yang masih memiliki sisa atau roti yang tidak terjual. Hal ini membantu mengatasi permasalahan ketahanan roti dan menunjukkan keterlibatan aktif dalam menangani tantangan bisnis. Dengan adanya tingkat persaingan yang tinggi dalam industri serupa di desa Babakan, industri roti harus mampu merumuskan strategi

yang tepat untuk menarik konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan latar belakang ini, penulis bermaksud untuk mengetahui Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Loyalitas Konsumen di Industri Roti.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Pendekatan kuantitatif menganalisis data dalam bentuk angka untuk menjelaskan kejelasan angka atau sebagai perbandingan dari beberapa gambar untuk dijelaskan dalam bentuk kalimat atau uraian. Jenis penelitian yang digunakan yaitu field research (penelitian lapangan) dengan menerapkan metode survei melalui penyebaran angket kepada responden. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan.

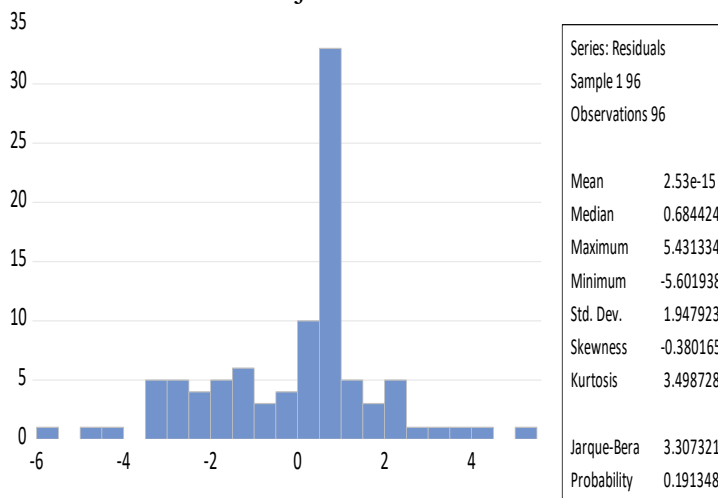
Populasi mengacu pada keseluruhan objek yang ada dalam suatu wilayah dan memenuhi kriteria tertentu yang terkait dengan masalah penelitian. Konsumen industri roti desa Babakan digunakan dalam populasi penelitian ini. Sampel adalah sebagian yang mencerminkan karakteristik suatu populasi. Jika jumlah individu terlalu besar untuk diteliti dan sumber daya terbatas, peneliti dapat menggunakan sampel sebagai representasi populasi. Karena populasi tidak diketahui, rumus Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel, yaitu sebanyak 96 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobabilitas, dengan fokus pada sampling insidental. Sampling insidental adalah metode penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan, di mana siapa pun yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dianggap sebagai sampel, dengan syarat orang tersebut dianggap sesuai sebagai sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam populasi sebaran normal.

Gambar 1
Uji Normalitas



Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Hasil uji normalitas pada gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat signifikansi probabilitynya adalah nilainya sebesar 0,1913, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,1913 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam model penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam sebuah model regresi linier berganda. Kriteria untuk pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10, tidak terdapat gejala multikolinearitas. Namun, jika nilai VIF lebih dari 10, terdapat indikasi multikolinearitas.

Tabel 1 Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors

Date: 06/13/24 Time: 17:26

Sample: 1 96

Included observations: 96

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	6.857928	169.8556	NA
S_DIFERENSIASI	0.007170	268.3982	1.589980
J_KEWIRAUSAHAAN	0.026806	122.0289	1.589980

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, dimana diketahui bahwa untuk nilai VIF masing-masing variabel independen memiliki nilai $VIF < 10$ maka data tersebut menunjukkan hasil yaitu tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah variasi dari residu antar pengamatan dalam model regresi tidak seragam. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Namun, jika nilainya kurang dari 0,05, maka ada bukti adanya heteroskedastisitas.

Tabel 2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.530880	Prob. F(2,93)	0.2217
Obs*R-squared	3.059791	Prob. Chi-Square(2)	0.2166
Scaled explained SS	3.587601	Prob. Chi-Square(2)	0.1663

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Dari tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa probabilitas nilai Obs*square sebesar 0,2166 lebih besar dari 0,05 ($0,2166 > 0,05$). Ini menunjukkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam data pada model regresi yang diuji menggunakan uji White.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Uji Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: L_KONSUMEN

Method: Least Squares

Date: 06/13/24 Time: 17:44

Sample: 1 96

Included observations: 96

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.219067	2.618765	1.611091	0.1105
S_DIFERENSIASI	0.569700	0.084677	6.727880	0.0000
J_KEWIRAUSAHAAN	0.584824	0.163724	3.572010	0.0006
R-squared	0.598806	Mean dependent var		25.73958
Adjusted R-squared	0.590178	S.D. dependent var		3.075351
S.E. of regression	1.968757	Akaike info criterion		4.223433
Sum squared resid	360.4685	Schwarz criterion		4.303569
Log likelihood	-199.7248	Hannan-Quinn criter.		4.255826
F-statistic	69.40407	Durbin-Watson stat		1.768811
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta (α) sebesar 4,2190 sedangkan nilai starategi diferensiasi sebesar 0,5697 dan untuk varaiabel jiwa kewirausahaan sebesar 0.5848 sehigga di dapatkan persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.2190 + 0.5697 (X_1) + 0.5848 (X_2) + e$$

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat di deskripsikan sebagai berikut: Nilai koefisien konstanta (α) sebesar 4.2190 menunjukkan bahwa jika variabel strategi diferensiasi (X_1) dan jiwa kewirausahaan (X_2) dianggap konstan maka variabel loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 4.2190.

Nilai koefisien untuk strategi diferensiasi (X_1) sebesar 0,5697, yang berarti setiap terjadi peningkatan sebesar 1 unit dari variabel strategi diferensiasi (X_1) akan meningkatkan loyalitas konusmen (Y) sebesar 0,5697.

Nilai koefisien untuk jiwa kewirausahaan (X_2) sebesar 0,5848, yang berarti setiap terjadi peningkatan sebesar 1 unit dari variabel jiwa kewirausahaan (X_2) akan meningkatkan loyalitas konusmen (Y) sebesar 0,5848.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada tingkat signifikansi 0,05. Analisis ini akan dilakukan menggunakan perangkat lunak EViews 12.

Tabel 4 Hasil Uji t

Dependent Variable: L_KONSUMEN

Method: Least Squares

Date: 06/13/24 Time: 17:44

Sample: 1 96

Included observations: 96

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.219067	2.618765	1.611091	0.1105
S_DIFERENSIASI	0.569700	0.084677	6.727880	0.0000
J_KEWIRAUSAHAAN	0.584824	0.163724	3.572010	0.0006
R-squared	0.598806	Mean dependent var		25.73958
Adjusted R-squared	0.590178	S.D. dependent var		3.075351
S.E. of regression	1.968757	Akaike info criterion		4.223433
Sum squared resid	360.4685	Schwarz criterion		4.303569
Log likelihood	-199.7248	Hannan-Quinn criter.		4.255826
F-statistic	69.40407	Durbin-Watson stat		1.768811
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Berdasarkan output eviews versi 12 hasil Uji t-statistik dengan probality signifikansi, berikut pembahasan uji parsial antara strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan terhadap loyaltas konsumen industri roti di desa babakan

Pengaruh strategi diferensiasi terhadap loyalitas kosumen

Ha₁: Terdapat pengaruh yang signifikan anantara strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa babakan

Ho₁: tidak terdapat pengaruh signifikan antara strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa babakan

Dari tabel Uji t-statistik di atas, ditemukan nilai probabilitas signifikan (sig) untuk pengaruh strategi diferensiasi (X1) terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, berdasarkan hasil ini, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (Ha1) diterima sementara hipotesis nol (Ho1) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel strategi diferensiasi dan loyalitas konsumen industri roti di Desa Babakan

Pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas kosumen

Ha₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa babakan

Ho₂: tidak terdapat pengaruh signifikan antara jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa babakan

Dari tabel Uji t-statistik di atas, ditemukan nilai probabilitas signifikan (sig) untuk pengaruh jiwa kewirausahaan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar $0,006 < 0,05$. Oleh karena itu, berdasarkan hasil ini, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (Ha1) diterima sementara hipotesis nol (Ho1) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel jiwa kewirausahaan dan loyalitas konsumen industri roti di desa Babakan.

Uji F

Uji F (Simultan) digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, serta untuk menguji hipotesis terkait. Uji F ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak analisis EViews 12.

Tabel 5 Hasil Uji F

Dependent Variable: L_KONSUMEN

Method: Least Squares

Date: 06/13/24 Time: 17:44

Sample: 1 96

Included observations: 96

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.219067	2.618765	1.611091	0.1105
S_DIFERENSIASI	0.569700	0.084677	6.727880	0.0000
J_KEWIRAUSAHAAN	0.584824	0.163724	3.572010	0.0006
R-squared	0.598806	Mean dependent var		25.73958
Adjusted R-squared	0.590178	S.D. dependent var		3.075351
S.E. of regression	1.968757	Akaike info criterion		4.223433
Sum squared resid	360.4685	Schwarz criterion		4.303569
Log likelihood	-199.7248	Hannan-Quinn criter.		4.255826
F-statistic	69.40407	Durbin-Watson stat		1.768811
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Kriteria evaluasinya adalah sebagai berikut: Jika nilai probabilitas signifikansi F-statistik < 0,05, maka hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai probabilitas signifikansi F-statistik > 0,05, maka hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak, menunjukkan bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji F menunjukkan bahwa hipotesis nol (Ho) diterima karena nilai probabilitas (F-statistik) < 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan variabel independen, yaitu strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan, memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen, yaitu loyalitas konsumen industri roti di Desa Babakan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6 Koefisien Determinasi (R²)

Dependent Variable: L_KONSUMEN

Method: Least Squares

Date: 06/13/24 Time: 17:44

Sample: 1 96

Included observations: 96

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.219067	2.618765	1.611091	0.1105
S_DIFERENSIASI	0.569700	0.084677	6.727880	0.0000
J_KEWIRAUSAHAAN	0.584824	0.163724	3.572010	0.0006

R-squared	0.598806	Mean dependent var	25.73958
Adjusted R-squared	0.590178	S.D. dependent var	3.075351
S.E. of regression	1.968757	Akaike info criterion	4.223433
Sum squared resid	360.4685	Schwarz criterion	4.303569
Log likelihood	-199.7248	Hannan-Quinn criter.	4.255826
F-statistic	69.40407	Durbin-Watson stat	1.768811
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa koefisien determinasi yaitu (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,5901 atau 59%. Semakin besar angka *Adjusted R Square* maka akan semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Dapat disimpulkan bahwa 59% variabel strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan mempengaruhi loyalitas konsumen industri roti di desa Babakan. Sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel yang lain atau dijelaskan oleh variabel yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pengaruh variabel strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa Babakan

Faktor pembeda yang unik yang dimiliki suatu industri pada setiap produk dan layanannya akan mempengaruhi seorang pelanggan untuk tetap membeli atau setia pada industri itu. Pembentukan faktor pembeda yang unik (Diferensiasi) dimaksud agar industri yang ada di desa Babakan dapat bersaing dengan para pesaingnya.

Menurut pernyataan dari Kotler diferensiasi adalah tindakan menambahkan rancangan serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan antar tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing. Sedangkan menurut Tjiptono strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan menerapkan strategi diferensiasi agar senantiasa memiliki keunggulan bersaing di pasar dapat dilakukan dengan melakukan pilihan diantaranya terhadap diferensiasi produk dan diferensiasi layanan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi memiliki nilai Uji t dengan probabilitas sebesar $0,044 < 0,05$. Oleh karena itu, berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh secara parsial dan signifikan positif terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan strategi diferensiasi di industri roti desa Babakan, semakin tinggi tingkat loyalitas konsumennya. Sebaliknya, jika industri tidak menerapkan strategi diferensiasi, kemungkinan loyalitas konsumen akan menurun.

Berdasarkan hasil penelitian lapangan terhadap tanggapan responden terhadap strategi diferensiasi, sebagian besar menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi (berada dalam rentang kriteria penelitian angket (85%-100%). Ini menunjukkan bahwa responden mengakui bahwa strategi diferensiasi, baik melalui produk maupun layanan, memiliki potensi untuk meningkatkan minat mereka dalam melakukan pembelian. Namun, dari sisi layanan dengan indikator responsifitas responden sebesar 62% (masuk dalam kriteria responden sedang), terlihat bahwa pelayanan yang diberikan kurang responsif. Hal ini terbukti dengan 5 responden yang sangat setuju, 50 responden yang setuju, 21 responden yang ragu-ragu, dan 21 responden yang tidak setuju, menunjukkan bahwa konsumen industri terlibat dalam proses pengemasan atau pembungkusan roti. Alasan di balik hal ini adalah situasi industri yang sering menghadapi pesanan berlebihan,

yang mengakibatkan kelambatan dalam layanan, sehingga konsumen ikut membantu dalam pengemasan agar mereka bisa mendapatkan produk roti dengan cepat. Ini termasuk proses pengemasan yang masih dilakukan secara manual tanpa memanfaatkan teknologi.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan studi yang dilakukan oleh Wiega Lya Septania dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Kartu Prabayar CDAM Flexi Tredi Di Desa Krebet Senggrong Kecamatan Bululawang" pada tahun 2011. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 44,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi diferensiasi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tingkat loyalitas konsumen.

Selain itu, temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil yang ditemukan dalam studi yang dilakukan oleh Atika Sidratul Muntaha dan Endang Sutrisna yang berjudul "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Konsumen Bisnis Jaya Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Pekan Baru" pada tahun 2018. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa strategi diferensiasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 51,7%.

Pengaruh variabel jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa Babakan

Di era persaingan yang semakin sengit, kesuksesan industri tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pemilik usaha untuk membangun dan menjaga kesetiaan pelanggan. Hartanti menjelaskan bahwa jiwa kewirausahaan terdiri dari sikap dan perilaku yang terwujud dalam karakter individu yang bersemangat untuk menerapkan ide-ide inovatif dalam kehidupan nyata.

Sebuah analisis distribusi frekuensi yang melibatkan 96 responden menunjukkan bahwa pemilik industri roti yang memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi cenderung memperoleh kesetiaan yang lebih besar dari pelanggan, dengan tingkat respons yang mencapai 85-100%. Variabel jiwa kewirausahaan, yang diukur melalui indikator kepemimpinan dan keberanian mengambil risiko, mendapat respons positif dari konsumen industri roti di desa Babakan, dengan sebagian besar responden sangat setuju. Kesetiaan ini diperkuat oleh fakta bahwa pemilik industri roti memiliki jiwa kepemimpinan, terlihat dari kesediaan mereka menerima kritik dan saran dari konsumen saat ada keluhan mengenai roti yang dipesan.

Selanjutnya, keberanian dalam mengambil risiko sering kali dilihat positif oleh konsumen ketika hasil risiko tersebut memberikan peningkatan pada pengalaman atau kepuasan mereka. Dalam industri roti di desa Babakan, tindakan berani mengganti produk roti yang sudah kadaluarsa dan berani memproduksi roti dalam jumlah besar menunjukkan contoh nyata dari penerapan ini.

Hasil analisis regresi linier berganda menegaskan bahwa jiwa kewirausahaan memengaruhi positif terhadap loyalitas konsumen. Ini tercermin dalam tindakan-tindakan konkret seperti menonjolkan kepercayaan diri dalam pelayanan konsumen, menampilkan kepemimpinan dengan menerima masukan dan kritik dari konsumen, serta bersedia mengambil risiko seperti membuat roti dalam jumlah besar tanpa pesanan yang jelas dan menerima penukaran roti yang kadaluarsa. Melalui inisiatif-inisiatif ini, loyalitas konsumen dapat terbentuk

melalui penanaman jiwa kewirausahaan.

Ditemukan bahwa pengaruh jiwa kewirausahaan secara parsial memiliki nilai yang signifikan ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa jiwa kewirausahaan berdampak secara parsial dan positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat jiwa kewirausahaan, semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen.

Hal ini sejalan dengan Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Mu'alim dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kafe Dukun Kopi" pada tahun 2021. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 92,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa jiwa kewirausahaan memberikan kontribusi yang signifikan dan tinggi terhadap tingkat loyalitas konsumen.

Pengaruh variabel strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan terhadap loyalitas konsumen industri roti di desa Babakan

Berdasarkan hasil uji F, dapat dilihat dari nilai F-statistiknya. Dalam penelitian ini, hasil uji F-statistik menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menyimpulkan bahwa model regresi berganda yang digunakan adalah valid. Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independen, yaitu strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan, terhadap variabel loyalitas konsumen di industri roti di Desa Babakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan dipengaruhi oleh beberapa karakteristik, seperti strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan. Industri yang berhasil mengimplementasikan strategi diferensiasi untuk membedakan dirinya dari pesaing memiliki potensi untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, peningkatan loyalitas konsumen juga dapat dicapai melalui penerapan jiwa kewirausahaan yang kuat dalam operasional perusahaan.

Menurut Sheth dan Mittal (2004), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan dengan sikap yang sangat positif yang tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan dapat dilihat dari frekuensi pembelian roti dan seberapa sering mereka melakukan pembelian ulang di industri tersebut. Persentase frekuensi pembelian berulang menunjukkan bahwa 86% responden (termasuk dalam kategori tinggi) menyatakan telah melakukan pembelian 4-8 kali dalam sebulan. Tingginya persentase frekuensi pembelian ini disebabkan oleh strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan yang diterapkan oleh industri roti di desa Babakan.

Strategi diferensiasi merupakan metode di mana produsen menciptakan produk yang memiliki ciri khas dan nilai lebih unik dibandingkan pesaing, sehingga produk tersebut dianggap memiliki nilai tambah yang lebih tinggi oleh konsumen. Menurut Kotler, salah satu keunggulan bersaing bagi produsen adalah memberikan diferensiasi dalam tawarannya yang dianggap memberikan nilai lebih kepada konsumen dibandingkan dengan apa yang ditawarkan oleh pesaing.

Di sisi lain, peningkatan jiwa kewirausahaan, yang mencakup kepercayaan diri, kemampuan kepemimpinan, dan berani mengambil risiko, juga berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan di industri roti ini. Menurut Hartanti, mengutip Susi Sulastri, jiwa kewirausahaan terdiri dari sikap dan perilaku yang

mencerminkan sifat dan karakter kreatif seseorang untuk merealisasikan ide-ide inovatif. Berdasarkan teori dan hasil penelitian ini, jelas bahwa baik strategi diferensiasi maupun jiwa kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Hasil studi menunjukkan bahwa kedua faktor ini bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan.

Dalam penelitian ini, nilai adjusted R Square sebesar 59% menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan mempengaruhi loyalitas konsumen di industri roti Babakan sebesar 59%, sedangkan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, bahwa hasil pengujian t-statistik secara parsial menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,04 < 0,05$), sehingga strategi diferensiasi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan. Untuk hasil pengujian t-statistik secara parsial menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan. Sedangkan untuk strategi diferensiasi dan jiwa kewirausahaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas konsumen di industri roti di desa Babakan, yang terlihat dari nilai signifikansi probabilitas f-statistik sebesar $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Ageng Budi Lestari. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap loylitas pelanggan pada permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh, *Economica Didactica*, Vol.3, Nomor. 2.
- Atika Sidratul Muntaha dan Endang Sutrisna. (2018). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Konsumen Bisnis Jaya Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru. Pekanbaru:jomfisip.
- Defi Mariyana. (2023). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Toko Buku Zanafa) Metropolitan City Pekanbaru, *JOM FISIP*, Vol 4, Nomor 2, Tahun 2023, hlm 1
- Desi Fatmawati dan Dede Sri Rahayu. (2023). Pengaruh Strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen pada UD Putra TS Kabupaten Majalengka, *Humantech*, Vol 2, Nomor 2, Oktober 2023, hlm 1
- Dini Suci Ramadhani, dkk. (2014). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Konsumen Damarindo Digital Printing di Padang. Padang : Universitas Andalas.
- Djoko Lesmana Radji. (2023). Penerapan Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan, *Inovasi*, Vol. 6, Nomor 4, Oktober 2023, hlm 72.
- Dwi Astarani Aslindar. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Jawa Tengah: Pradina Pustaka.
- Epilinus Hulu. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. INDOMARCO ADI PRIMA CABANG MEDAN STOK POINT NIAS KOTA GUNUNGSITLI”, *Jurnal Ilmiah Simatek*, Vol 6, No 4, April



2024 hlm 110.

- Hermanto. (2019). Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, Probolinggo: CV Jakad Publishing.
- Husna Usviya Rahman. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Daya Saing Usaha (Studi Kasus pada Industri Sasirangan Banjarmasin). *JSMK*, Vol. 1, No 1, November 2023 hlm 66
- Imam Santoso dan Harries Madiistriyatno. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Tangerang: Indigo Media.
- Popon Sulastri. (2022). Loyalitas Konsumen. Jawa Barat: CV. Widina Media Utama.
- Putra Sukawati (2024). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan Pada Hotel The Royal Pitamaha Ubud. *E-Jurnal Unud*, Vol. 4, Nomor 10.
- Rina Rifqie Mariana. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk keripik tempe terhadap loyalitas konsumen (studi pada konsumen keripik tempe sanan di Kota Malang)”, *Media Pendidikan Gizi dan Kuliner*, Vol 1, Nomor 1, hlm 1.
- Sheth, J.N., & Mittal, B. (2004). *Customer Behavior : A Managerial Perspective*. Thomson/South-Western.
- Susi Sulastri. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Susu Kedelai di Kecamatan Braja Selehah Lampung Timur, *Dinamika*, Vol. 3, No 2, November 2023, hlm 39.
- Syofian Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.