

SKRIPSI
PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK
KOPI KENANGAN DI BANJARMASIN



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

RANI IKA WILUJENG

NIM : 2010312320070

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK
KOPI KENANGAN DI BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Rani Ika Wilujeng
NIM: 2010312320070

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 3 November 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



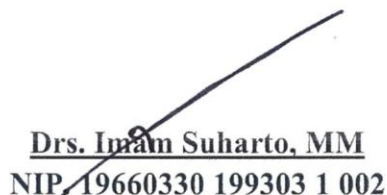
Dr. Ahmad Rifani, SE, MM
NIP. 19780705 200312 1 002

Penguji I



Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM
NIP. 19780714 200312 2 002

Penguji II



Drs. Imam Suharto, MM
NIP. 19660330 199303 1 002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen




Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Rani Ika Wilujeng
NIM : 2010312320070
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Image*
terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk
Kopi Kenangan di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 3 November 2025
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA
Tempat Ujian : Ruang Sidang 1 Gedung PG

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ahmad Rifani, SE, MM ()

Penguji I : Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM ()

Penguji II : Drs. Imam Suharto, MM ()

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

Nama : Rani Ika Wilujeng
NIM : 2010312320070
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Image* terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Kopi Kenangan di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 3 November 2025
Waktu Ujian : 08.00 – 10.00 WITA
Tempat Ujian : Ruang Sidang 1 Gedung PG
Disetujui oleh dosen pembimbing.

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan

Banjarmasin, 14 November 2025

Mahasiswa

Dosen Pembimbing



Rani Ika Wilujeng
NIM: 2010312320070



Dr. Ahmad Rifani, SE, MM
NIP. 19780705 200312 1 002

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 20 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan,



Rani Ika Wilujeng

NIM. 2010312320070

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun judul skripsi yang penulis susun adalah “Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Image* terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Kopi Kenangan di Banjarmasin”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini menemukan hambatan dan kendala namun karena adanya bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE., M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Dosen Penasihat Akademik yang memberikan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.

5. Bapak Dr. Ahmad Rifani, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, dan memberikan masukan, serta pengorbanan waktu dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Hastin Umi Anisah, SE, MM dan Bapak Drs. Imam Suharto, MM selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan saran dan masukan untuk penelitian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen S1 Manajemen FEB yang telah berjasa memberikan ilmu dan mendidik saya selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Pegawai dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
9. Orang tua dan adik saya, ayah saya Wardi, ibu saya Partikah, dan adik saya Fadhila Wahyuningrum yang tidak pernah putus memotivasi, mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan moral maupun material dan lain sebagainya yang tidak dapat penulis sebutkan sehingga dapat melewati masa kuliah menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi semua pihak.

Banjarmasin, 20 Oktober 2025

Peneliti,



Rani Ika Wilujeng
NIM. 2010312320070

ABSTRACT

*Rani Ika Wilujeng (2025). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Competitive Advantage of Kopi Kenangan Products in Banjarmasin
Supervisor: Ahmad Rifani*

The purpose of this study was to determine the partial and simultaneous influence of product innovation and brand image on competitive advantage of Kopi Kenangan products in Banjarmasin.

The research used a quantitative approach. The population in this study was all Kopi Kenangan consumers in Banjarmasin, the exact number of which cannot be determined. The sampling technique used was non-probability sampling, namely purposive sampling, with a sample size of 50 respondents. Data collection used a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis with SPSS Statistics 26.

The results of this study indicate that: Product innovation and brand image have a significant simultaneous influence on competitive advantage of Kopi Kenangan products in Banjarmasin. Competitive advantage can be influenced by product innovation and brand image by 64%, while the remaining 36% can be explained by other factors not examined in this study. Product innovation and brand image partially have a positive and significant influence on competitive advantage for Kopi Kenangan products in Banjarmasin.

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

ABSTRAK

Rani Ika Wilujeng (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Image* terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Kopi Kenangan di Banjarmasin
Pembimbing: Ahmad Rifani

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan *brand image* secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing pada produk Kopi Kenangan di Banjarmasin.

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kopi Kenangan di Banjarmasin yang mana jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SPSS *Statistics 26*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Inovasi produk dan *brand image* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada produk Kopi Kenangan di Banjarmasin. Keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh inovasi produk dan *brand image* sebesar 64%, sedangkan 36% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Inovasi produk dan *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk Kopi Kenangan di Banjarmasin.

Kata Kunci: *Inovasi Produk, Brand Image, Keunggulan Bersaing*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN SAMPUL | |
| LEMBAR LEGALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI | Error! Bookmark not defined. |
| BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI..... | Error! Bookmark not defined. |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Sistematika Pembahasan | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 15 |
| 2.1 Landasan Teori | 15 |
| 2.1.1 Keunggulan Bersaing..... | 15 |
| 2.1.2 Inovasi Produk..... | 17 |
| 2.1.3 <i>Brand Image</i> | 18 |
| 2.2 Keterikatan Antar Variabel | 21 |
| 2.2.1 Keterikatan Variabel Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing | 21 |
| 2.2.2 Keterikatan Variabel <i>Brand Image</i> terhadap Keunggulan Bersaing .. | 24 |
| 2.3 Hasil Penelitian Sebelumnya..... | 25 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN. | 32 |
| 3.1 Kerangka Konseptual | 32 |
| 3.2 Hipotesis Penelitian..... | 33 |
| 3.2.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing | 33 |
| 3.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keunggulan Bersaing..... | 35 |
| BAB IV METODE PENELITIAN | 37 |
| 4.1 Ruang Lingkup Penelitian | 37 |
| 4.2 Jenis Penelitian | 37 |
| 4.3 Tempat/Lokasi Penelitian..... | 37 |
| 4.4 Unit Analisis..... | 37 |
| 4.5 Populasi Dan Sampel..... | 38 |
| 4.5.1 Populasi | 38 |
| 4.5.2 Sampel | 38 |
| 4.6 Variabel Dan Definisi Operasional | 40 |
| 4.6.1 Variabel Penelitian..... | 40 |
| 4.6.2 Definisi Operasional Variabel | 41 |
| 4.7 Teknik Pengumpulan Data | 42 |
| 4.8 Teknik Analisis Data | 44 |
| 4.8.1 Metode Analisis Statistik Deskriptif..... | 44 |
| 4.8.2 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 44 |
| 4.8.3 Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda | 48 |
| 4.8.5 Koefisien Determinasi | 50 |
| 4.8.6 Uji Hipotesis | 51 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS..... | 53 |
| 5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 53 |
| 5.2 Hasil Analisis Data dan Hasil Penelitian..... | 59 |
| 5.2.1 Karakteristik Responden..... | 59 |
| 5.2.2 Analisis Statistik Deskriptif..... | 63 |
| 5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 72 |

| | |
|--|------------|
| 5.2.4 Uji Asumsi Klasik | 75 |
| 5.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda | 80 |
| 5.2.6 Koefisien Determinasi | 82 |
| 5.2.7 Uji Hipotesis | 83 |
| 5.2.8 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 85 |
| 5.2.9 Implikasi Hasil Penelitian..... | 91 |
| BAB VI PENUTUP | 97 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 97 |
| 6.2 Saran..... | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| LAMPIRAN..... | 104 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Top Brand Index Kedai Kopi Indonesia 2022-2023 | 9 |
| Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel..... | 41 |
| Tabel 4.2 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden | 43 |
| Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden Penelitian | 60 |
| Tabel 5.2 Usia Responden Penelitian..... | 61 |
| Tabel 5.3 Pendidikan Terakhir Responden Penelitian | 62 |
| Tabel 5.4 Analisis Statistik Deskriptif | 63 |
| Tabel 5.5 Kategorisasi Rata-Rata Skor Penilaian Responden | 65 |
| Tabel 5.6 Variabel Inovasi Produk Indikator Perluasan Lini..... | 66 |
| Tabel 5.7 Variabel Inovasi Produk Indikator Produk Baru..... | 66 |
| Tabel 5.8 Variabel Inovasi Produk Indikator Produk Benar-Benar Baru | 67 |
| Tabel 5.9 Variabel <i>Brand Image</i> Indikator Identitas Merek | 68 |
| Tabel 5.10 Variabel <i>Brand Image</i> Indikator Personalitas Merek | 68 |
| Tabel 5.11 Variabel <i>Brand Image</i> Indikator Asosiasi Merek | 69 |
| Tabel 5.12 Variabel <i>Brand Image</i> Indikator Sikap dan Perilaku Merek | 69 |
| Tabel 5.13 Variabel Keunggulan Bersaing Indikator Keunikan Produk | 70 |
| Tabel 5.14 Variabel Keunggulan Bersaing Indikator Harga Bersaing | 70 |
| Tabel 5.15 Variabel Keunggulan Bersaing Indikator Tidak Mudah Dijumpai..... | 71 |
| Tabel 5.16 Variabel Keunggulan Bersaing Indikator Tidak Mudah Ditiru | 71 |
| Tabel 5.17 Uji Validitas | 73 |
| Tabel 5.18 Uji Reliabilitas | 74 |
| Tabel 5.19 Hasil Uji Normalitas II..... | 77 |
| Tabel 5.20 Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas | 78 |
| Tabel 5.21 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas | 79 |
| Tabel 5.22 Hasil Uji Linearitas | 80 |
| Tabel 5.23 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 81 |
| Tabel 5.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)..... | 82 |
| Tabel 5.25 Hasil Uji F | 83 |
| Tabel 5.26 Hasil Uji t | 84 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Volume Produksi Kopi Indonesia | 2 |
| Gambar 3.1 Kerangka Konseptual | 32 |
| Gambar 5.1 Logo Kopi Kenangan | 55 |
| Gambar 5.2 Daftar Menu Kopi Kenangan | 56 |
| Gambar 5.4 Kopi Kenangan Ruko Brigjen Hasan Basri..... | 56 |
| Gambar 5.5 Kopi Kenangan Ruko Pangeran Hidayatullah Banjarmasin | 57 |
| Gambar 5.6 Kopi Kenangan Ruko Gatot Subroto Banjarmasin | 57 |
| Gambar 5.7 Kopi Kenangan Ahmad Yani Banjarmasin..... | 58 |
| Gambar 5.8 Kopi Kenangan Duta Mall Banjarmasin | 58 |
| Gambar 5.9 Kopi Kenangan Kantor Pos Banjarmasin..... | 59 |
| Gambar 5.10 Hasil Uji Normalitas I | 76 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 : Review Jurnal Penelitian Sebelumnya | 105 |
| Lampiran 2 : Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian | 111 |
| Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian..... | 113 |
| Lampiran 4 : Tabulasi Data Hasil Penelitian | 117 |
| Lampiran 5 : Karakteristik Responden | 120 |
| Lampiran 6 : Analisis Statistik Deskriptif..... | 121 |
| Lampiran 7 : Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 127 |
| Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik | 130 |
| Lampiran 9 : Analisis Regresi Linear Berganda | 132 |
| Lampiran 10 : Tabel Distribusi Nilai R, F dan t | 133 |