

**SKRIPSI**  
**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MARKETING* DAN**  
***SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING**  
**(STUDI PADA KAFE DI BANJARMASIN)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

**MUHAMMAD RISKY**

**1910312210074**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**BANJARMASIN**

**2023**

LEMBAR LEGALITAS  
PENGARUH ENTREPRENEURIAL MARKETING DAN  
SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
(STUDI PADA KAFE DI BANJARMASIN)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

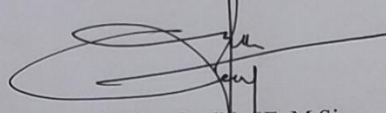
MUHAMMAD RISKY

NIM: 1910312210074

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji pada Tanggal 7 Maret 2023

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

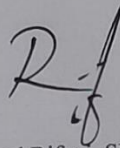
Dosen Pembimbing



Widyarendhi, SE, M.Si  
NIP. 19761106 200604 1 002

Penguji 1

Penguji 2



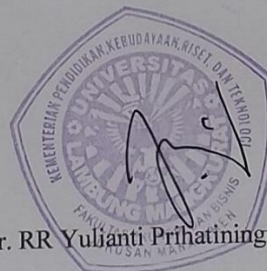
Ahmad Rifani, SE, MM  
NIP. 19780705 200312 1 002



M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si  
NIP. 19750913 200312 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. RR Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Risky  
NIM : 1910312210074  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Social Marketing terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Kafe di Banjarmasin)  
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan  
Ujian Dilaksanakan : 7 Maret 2023  
Waktu Ujian : 10.00 s/d 12.00

**Tim Penguji**




Pembimbing : Widyarfendhi, SE, M.Si (.....)  
Penguji I : Ahmad Rifani, SE, MM (.....)  
Penguji II : M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : Muhammad Risky  
Nim : 1910312210074  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / S-1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Entrepreneurial Marketing dan Social Marketing terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Kafe di Banjarmasin)  
Hari / Tanggal : 7 Maret 2023  
Tempat : Ruang Ujian 3  
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji

No	Nama Penguji	Keterangan	TTD
1	Widyarfendhi, SE, M.Si	Pembimbing	
2	Ahmad Rifani, SE, MM	Penguji 1	
3	M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si	Penguji 2	

Dengan demikian berita acara perbaikan yang telah mendapatkan persetujuan dari tim penguji.

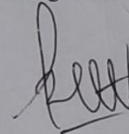
Banjarmasin, 7 Maret 2023

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. RR Yulianti Primatiningrum, SE, M.Si  
NIP. 19730727 200112 2 001

Mengetahui



Muhammad Risky  
NIM. 1910312210074

## **PERNYATAAN PERNYATAN**

Saya yang bertandatangan dibawah 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 di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidak benaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 1 Maret 2023



Muhammad Risky

NIM. 1910312210074

## ABSTRACT

Risky, Muhammad (2023). *The Effect of Entrepreneurial Marketing and Social Media Marketing on Competitive Advantage (Study on Cafes in Banjarmasin)*: Widyarfendhi

*The study aims to determine and analyze whether (1) entrepreneurial marketing affects competitive advantage; (2) social media marketing affects competitive advantage; This research is quantitative which has the aim of explaining if there is a relationship between two or more variables.*

*The population in this study is unknown in size. Determination of sampling in this study using purposive sampling, using the Roscoe formula, which is 35 respondents. The data that has been collected through questionnaires is analyzed using multiple linear regression techniques.*

*The results of the research that has been done show that; (1) entrepreneurial marketing has a positive and significant effect on competitive advantage; (2) social media marketing has a positive and significant effect on competitive advantage.*

*Keywords: Entrepreneurial Marketing, Social Media Marketing, Competitive Advantage.*

## ABSTRAKSI

Risky, Muhammad (2023). Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* dan *Social Media Marketing* terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Kafe Di Banjarmasin): Widyafendhi

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah (1) *entrepreneurial marketing* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing; (2) *social media marketing* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing; Penelitian ini adalah Kuantitatif yang memiliki tujuan untuk menjelaskan apabila terjadi hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah besarnya. Penentuan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus roscoe yaitu sebanyak 35 responden. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa; (1) *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing; (2) *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: *Entrepreneurial Marketing*, *Social Media Marketing* dan Keunggulan Bersaing.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala berkah dan limpahan rahmat-nya serta kemudahan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* dan *Social Media Marketing* terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Kafe di Banjarmasin)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Drs.Ec., M.Si, Ak., CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Ibu Dr.RR.Yulianti Prihatiningrum, SE, M.SI selaku Ketua Jurusan Manajemen ULM Banjarmasin yang telah memberikan bantuan, saran dan nasehat kepada penulis.
3. Bapak Widyarfendhi SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran serta sabar dalam memberikan bimbingan, saran, dan memberikan masukan kepada penulis dalam menyusun skripsi.
4. Bapak Ahmad Rifani SE, MM. selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, saran, arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak M.Zainal Abidin,S.SOS,M,Si selaku Dosen Penguji II dan sekaligus selaku dosen Penasihat Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan

masukkan, saran, arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi dan memberikan arahan akademik selama perkuliahan.

6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan terhadap penulis.
7. Kedua orang tua saya Aliansyah (Ayah), Yorda Yulianti (Mama) yang senantiasa mendukung, mendoakan, memberikan nasihat, memberikan kasih sayang, dan dukungan moral maupun finansial, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Semua teman dari kelas regular A Angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih telah menjadi sahabat yang baik, terimakasih atas kerja sama, dukungan, bantuan hingga doa yang kalian berikan, serta kegembiraan yang selama kita lalui bersama. Terimakasih sudah menghibur dan mendukung kapanpun dan dimanapun. semoga terus diberi kesehatan untuk kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya.

Banjarmasin, 1 Maret 2023

Penulis,



Muhammad Risky

NIM. 1910312210074

## DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERNYATAN .....	i
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1.Keunggulan Bersaing.....	13
2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	13
2.1.4.4 Strategi Keunggulan Bersaing .....	14

2.1.1.3 Faktor-faktor Keunggulan Bersaing .....	15
2.1.1.2 Dimensi Keunggulan Bersaing .....	15
2.1.2 <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	16
2.1.2.1 Pengertian <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	16
2.1.2.2 Strategi <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	17
2.1.2.3 Metode <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	19
2.1.2.4 Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	19
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i> .....	22
2.1.3.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i> .....	22
2.1.3.4 Strategi <i>Social Media Marketing</i> .....	22
2.1.3.2 Tujuan <i>Social Media Marketing</i> .....	24
2.1.3.3 Dimensi <i>Social Media Marketing</i> .....	25
2.1.4 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.1.4.1 Keterkaitan antara <i>Entrepreneurial Marketing</i> dengan Keunggulan Bersaing .....	26
2.1.4.2 Keterkaitan antara <i>Social Media Marketing</i> dengan Keunggulan Bersaing .....	28
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
<b>BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>37</b>
3.1 Kerangka Konseptual .....	37
3.2 Hipotesis .....	38
3.2.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Keunggulan Bersaing	38
3.2.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keunggulan Bersaing .....	38
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>

4.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	40
4.2 Jenis Penelitian .....	40
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian .....	40
4.4 Unit Analisis .....	40
4.5 Populasi dan Sampel .....	41
4.5.1 Populasi.....	41
4.5.2 Sampel .....	41
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	42
4.6.2.1 <i>Entrepreneurial Marketing</i> (X1) .....	42
4.6.2.2. <i>Social Media Marketing</i> (X2) .....	43
4.6.2.3 Keunggulan Bersaing (Y) .....	43
4.7 Teknik Pengumpulan Data .....	45
4.7.1 Instrumen Penelitian .....	45
4.8 Teknik Analisis Data .....	47
4.8.1 Uji Instrumen .....	47
4.8.1.1 Uji Validitas .....	47
4.8.1.2. Uji Reliabilitas .....	47
4.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.8.2.1 Uji Multikolinieritas.....	48
4.8.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	48
4.8.2.3 Uji Normalitas.....	49
4.8.2.4 Uji Linearitas .....	49
4.8.3 <i>Goodness Of Fit</i> (Uji F).....	50
4.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	50

4.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.9 Uji Hipotesis (Uji t).....	52
4.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	52
BAB V HASIL PENELITIAN .....	53
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
5.1.1 Gambaran Umum Kafe Yang Dijadikan Sampel .....	53
5.2. Hasil dan Analisis.....	63
5.2.1. Karakteristik Responden.....	63
5.2.2. Deskripsi Statistik Variabel .....	67
5.2.2.1 Variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	67
5.2.2.2 Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	69
5.2.2.3 Variabel Keunggulan Bersaing .....	71
5.2.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	73
5.2.3.1. Uji Validitas .....	73
5.2.3.2. Uji Reliabilitas .....	75
5.2.4. Analisis Data.....	75
5.2.4.1. Uji Multikolinearitas .....	75
5.2.4.2. Uji Heterokedastisitas .....	76
5.2.4.3. Uji Normalitas.....	76
5.2.4.4. Uji Linearitas .....	77
5.2.4.5 Uji <i>Goodness Of Fit</i> (Uji F).....	78
5.2.4.6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
5.2.4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
5.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t).....	81

5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	82
5.2.6.1 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> terhadap Keunggulan Bersaing .....	84
5.2.6.2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keunggulan Bersaing .....	85
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian .....	87
5.2.7.1. Implikasi Teoritis .....	87
5.2.7.2. Implikasi Praktis .....	89
5.2.8 Keterbatasan Penelitian.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	92
6.1. Kesimpulan.....	92
6.2. Saran .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penerapan Keunggulan Bersaing pada Kafe di Banjarmasin.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Pengembangan Instrumen Penelitian .....	44
Tabel 4.2 Instrumen Skala Likert.....	45
Tabel 4.2 Instrumen Skala Interval .....	46
Tabel 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Status Kepemilikan.....	63
Tabel 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 5.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	64
Tabel 5.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	65
Tabel 5.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	66
Tabel 5.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja .....	66
Tabel 5.7 Sebaran Jawaban dari Kuesioner variabel <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	67
Tabel 5.8 Sebaran Jawaban dari Kuesioner variabel <i>Social Media Marketing</i>	70
Tabel 5.9 Sebaran Jawaban dari Kuesioner variabel Keunggulan Bersaing ...	72
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 5.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	75
Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 5.13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76
Tabel 5.14 Hasil Uji Linearitas .....	77
Tabel 5.15 Hasil Uji Simultan (uji f) .....	78
Tabel 5.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	80

Tabel 5.18 Tabulasi Intrepretasi R .....	80
Tabel 5.19 Hasil Uji Parsial (uji t) .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian.....	99
LAMPIRAN II KUESIONER PENELITIAN .....	103
LAMPIRAN III Data Observasi Awal <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	108
LAMPIRAN IV Sebaran Kafe yang Dijadikan Sampel .....	109
LAMPIRAN V Output Karakteristik Responden .....	110
LAMPIRAN VI Output Sebaran Jawaban Entrepreneurial Marketing .....	111
LAMPIRAN VII Output Uji Validitas dan Reliabilitas.....	117
LAMPIRAN VIII Output Uji Asumsi Klasik .....	121
LAMPIRAN IX Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	123
LAMPIRAN X Tabel T dan Tabel F .....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 4.1 Garis Kontinum Skala Interval .....	46
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	77