

SKRIPSI

**PENGARUH *DYNAMIC MARKETING CAPABILITY*
TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA *COFFEE*
SHOP DI BANJARMASIN**



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:

Ahmad Wiryawan Dhia Pratama
NIM: 1810312610029
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *DYNAMIC MARKETING CAPABILITY* TERHADAP
COMPETITIVE ADVANTAGE PADA *COFFEE SHOP* DI BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Ahmad Wiryawan Dhia Pratama
NIM. 1810312610029

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada pada hari Selasa, 15 Juli 2025 di
Ruang Ujian C1 dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Akhmad Supriyanto S.E., M.M.
NIP. 19750429 200604 1 001

Penguji I



Dr. Ahmad Rifani, S.E., M.M.
NIP. 19780705 200312 1 002

Penguji II



Sudirwo, S.E., M.M.
NIP. 19770802 202321 1 006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



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

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Ahmad Wiryawan Dhia Pratama
NIM : 1810312610029
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Dynamic Marketing Capability* Terhadap
Competitive Advantage Pada *Coffee Shop* Di Banjarmasin.
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : Ruang Ujian C1, Selasa, 15 Juli 2025

Tim Penguji

Pembimbing : Akhmad Supriyanto, S.E., M.M.


(.....)

Penguji I : Dr. Ahmad Rifani, S.E., M.M.


(.....)

Penguji II : Sudirwo, S.E., M.M.


(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

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

Nama : Ahmad Wiryawan Dhia Pratama
NIM : 1810312610029
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Dynamic Marketing Capability* Terhadap
Competitive Advantage Pada *Coffee Shop* Di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Ruang Ujian C1, Selasa, 15 Juli 2025

Disetujui oleh Dosen Pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Banjarmasin, 22 September 2025

Mahasiswa



Ahmad Wiryawan Dhia Pratama
NIM. 1810312620029

Dosen Pembimbing



Akhmad Supriyanto S.E., M.M.
NIP. 19750429 200604 1001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil tulisan saya sendiri. Saya juga menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri. 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, baik itu disengaja maupun tidak, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 7 Oktober 2025

Yang membuat pernyataan,



Ahmad Wiryawan Dhia Pratama

NIM : 1810312610029

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan Kesehatan selalu kepada penulis sehingga skripsi ini dapat dikerjakan dan selesai tepat pada waktunya. Shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi inspirasi penulis dalam kehidupan kita sehari-sehari.

Pada kesempatan ini, penulis diberikan kepercayaan, kemampuan dan kesempatan untuk Menyusun laporan skripsi yang berjudul **PENGARUH *DYNAMIC MARKETING CAPABILITY* TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* PADA *COFFEE SHOP* DIBANJARMASIN**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memenuhi Sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ayahanda Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Ahmad Yunani, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen

4. Bapak Dr. Ahmad Rifani, S.E., M.M., selaku dosen penasihat akademik sekaligus dosen penguji I yang telah membimbing, memberi nasihat dan dukungan semasa di bangku kuliah
5. Bapak Akhmad Supriyanto, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing Skripsi serta pemberi konsultasi yang baik sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi secara penuh ini,
6. Bapak Sudirwo, S.E., M.M., selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktu, membimbing dan mengoreksi dengan penuh kesabaran selama proses penyelesaian skripsi ini,
7. Kedua orang tua tercinta saya, Ibu Yuliana dan Bapak Bangbang Syamsul Anwar, terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya atas segala pengorbanan, kasih sayang, dan doa yang tiada henti. Setiap langkah yang saya capai tidak lepas dari usaha dan ketulusan mereka dalam membimbing serta mendukung peneliti sejak awal. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan limpahan rahmat kepada keduanya sebagai balasan atas cinta dan kebaikan yang begitu besar.
8. Teman seperjuangan yang saya hormati Nakama Trio Bencana, Bapak Muhammad Babas Samasi, S.M., dan Bapak Megi Nediawan, S.M., yang selalu memberi dukungan dan memotivasi agar Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, teruslah maju dan hidup dengan kepala tegak.
9. Salisa Nur Amany, selaku pasangan terima kasih yang sebesar-besarnya atas perhatian, dukungan, doa, dan pengertian yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadirannya telah menjadi sumber semangat dan motivasi bagi peneliti dalam menghadapi berbagai tantangan hingga skripsi ini

dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan ketulusan hati.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik moril maupun materil, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis telah berusaha menyusun karya ini seoptimal mungkin, namun penulis menyadari masih terdapat kekurangan di dalamnya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para dosen pembimbing maupun pembaca untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Banjarmasin

Ahmad Wiryawan Dhia Pratama

1810312610028

ABSTRAK

Ahmad Wiryawan Dhia Pratama (2025), Pengaruh *Dynamic Marketing Capability* Terhadap *Competitive Advantage* pada *Coffee Shop* di Banjarmasin. Pembimbing: Akhmad Supriyanto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: (1) pengaruh *sensing capability* terhadap *competitive advantage* pada *coffee shop* Banjarmasin, (2) pengaruh *seizing capability* terhadap *competitive advantage* pada *coffee shop* Banjarmasin, (3) pengaruh *reconfiguring capability* terhadap *competitive advantage* pada *coffee shop* Banjarmasin.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola *coffee shop* di Banjarmasin. Jumlah responden sebanyak 40 pemilik atau pengelola. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu regresi linear berganda.

Penelitian ini memberikan hasil yaitu *sensing capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage* pada *coffee shop* Banjarmasin, *seizing capability* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *competitive advantage* pada *coffee shop* Banjarmasin, dan *reconfiguring capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage* pada *coffee shop* Banjarmasin.

Kata Kunci: *Dynamic Marketing Capability, Sensing Capability, Seizing Capability, Reconfiguring Capabilit, Competitive advantage*

ABSTRACT

Ahmad Wiryawan Dhia Pratama (2025), *The Influence of Dynamic Marketing Capability on Competitive Advantage in Coffee Shops in Banjarmasin*. Supervisor: Akhmad Supriyanto.

This study aims to determine: (1) the effect of sensing capability on competitive advantage in coffee shops in Banjarmasin, (2) the effect of seizing capability on competitive advantage in coffee shops in Banjarmasin, and (3) the effect of reconfiguring capability on competitive advantage in coffee shops in Banjarmasin.

The population in this study consists of coffee shop owners or managers in Banjarmasin. A total of 40 owners or managers were selected as respondents using purposive sampling. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression.

The results of this study show that sensing capability has a positive and significant effect on competitive advantage in coffee shops in Banjarmasin, seizing capability has a positive but not significant effect, and reconfiguring capability has a positive and significant effect on competitive advantage.

Keywords: *Dynamic Marketing Capability, Sensing Capability, Seizing Capability, Reconfiguring Capabilit, Competitive advantage*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	
LEMBAR PENGESAHAN	
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Dynamic Marketing Capability	9
2.1.1.1. Definisi Dynamic Marketing Capability	9
2.1.1.2. Faktor – Faktor yang Dynamic Marketing Capability	10
2.1.1.3. Dimensi Dynamic Marketing Capability	11
2.1.2. Competitive Advantage	12
2.1.2.1. Definisi Competitive Advantage	12
2.1.2.2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Competitive Advantage	13
2.1.2.3. Indikator Competitive Advantage	14
2.1.3. Pengaruh antar Variabel	15
2.1.3.1. Pengaruh Sensing Capability Terhadap Competitive Advantage	15
2.1.3.2. Pengaruh Seizing Capability Terhadap Competitive Advantage	15
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	17
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	28
3.1. Kerangka Konseptual	28
3.2. Hipotesis	29
BAB IV METODE PENELITIAN	32

4.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
4.2.	Jenis Penelitian.....	32
4.3.	Tempat/Lokasi Penelitian.....	32
4.4.	Unit Analisis.....	32
4.5.	Populasi dan Sampel	33
4.5.1.	Populasi	33
4.5.2.	Sampel.....	33
4.6.	Variabel dan Definisi Operasional	34
4.6.1.	Variabel	34
4.6.2.	Definisi Operasional.....	34
4.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
4.8.	Teknik Analisis	37
4.8.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.8.1.1.	Uji Validitas	37
4.8.1.2.	Uji Reliabilitas	37
4.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	38
4.8.3.1.	Uji Normalitas.....	38
4.8.3.2.	Uji Multikolinieritas.....	39
4.8.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	39
4.8.3.4.	Uji Linieritas	40
4.8.3.	Regresi Linier Berganda	40
4.8.4.	Hipotesis.....	41
4.8.5.1.	Uji Kelayakan Model.....	41
4.8.5.2.	Uji t.....	42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
5.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
5.1.1.	Identitas Objek Penelitian	44
5.1.2.	Sejarah Singkat.....	45
5.1.3.	Profile Coffee Shop di Banjarmasin	45
5.2.	Hasil dan Analisis	49
5.2.1.	Karakteristik Responden	49
5.2.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
5.2.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
5.2.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	50

5.2.2.	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	52
5.2.2.1.	Variabel Sensing Capability.....	52
5.2.2.2.	Variabel Seizing Capability (X2).....	54
5.2.2.3.	Variabel Reconfiguring Capability (X3).....	56
5.2.2.4.	Variabel Competitive Advantage (Y)	57
5.2.3.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
5.2.3.1.	Uji Validitas	59
5.2.3.2.	Uji Reliabilitas.....	62
5.2.4.	Analisis Data	62
5.2.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	62
5.2.4.1.1	Uji Normalitas.....	62
5.2.4.1.2	Uji Multikolinieritas.....	63
5.2.4.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	64
5.2.4.1.4	Uji Linieritas	64
5.2.4.2	Regresi Linier Berganda	65
5.2.5.	Hasil Pengujian	68
5.2.5.1.	Uji Kelayakan Model	68
5.2.5.2.	Uji t.....	69
5.2.6.	Pembahasan Hasil Penelitian	70
5.2.6.1.	Pengaruh Sensing Capability Terhadap Competitive Advantage.....	70
5.2.6.2.	Pengaruh Seizing Capability Terhadap Competitive Advantage.....	71
5.2.6.3.	Pengaruh Reconfiguring Capability Terhadap Competitive Advantage 72	
5.2.7.	Implikasi Hasil Penelitian	73
5.2.7.1.	Implikasi Teoritis	73
5.2.7.2.	Implikasi Praktis.....	75
5.2.8.	Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB VI PENUTUP		77
6.1	Kesimpulan	77
6.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pertumbuhan Pasar Makanan dan Minuman Global 2025.....	1
Tabel 1. 2	Perumbuhan Sektor Makanan dan Minuman Indonesia	2
Tabel 1. 3	Pertumbuhan Coffee Shop Indonesia.....	3
Tabel 1. 4	Studi Pendahuluan Kemampuan Inovasi Dinamis.....	4
Tabel 5. 1	Profile Coffee Shop di Banjarmasin	45
Tabel 5. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 5. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 5. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	50
Tabel 5. 5	Deskripsi Statistik Variabel Sensing Capability (X1).....	53
Tabel 5. 6	Deskripsi Statistik Variabel Seizing Capability (X2)	55
Tabel 5. 7	Deskripsi Statistik Variabel Reconfiguring Capability (X3).....	56
Tabel 5. 8	Deskripsi Statistik Variabel Competitive Advantage (Y).....	58
Tabel 5. 9	Hasil Uji Validitas Sensing Capability (X1).....	60
Tabel 5. 10	Hasil Uji Validitas Seizing Capability (X2)	60
Tabel 5. 11	Hasil Uji Validitas Reconfiguring Capability (X3)	61
Tabel 5. 12	Hasil Uji Validitas Competitive Advantage (Y)	61
Tabel 5. 13	Hasil Uji Reliabelitas Variabel	62
Tabel 5. 14	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 5. 15	Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 5. 16	Hasil Uji Heteroskidastistas	64
Tabel 5. 17	Hasil Uji Linieritas.....	64
Tabel 5. 18	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 5. 19	Intepertasi Nilai R	67