

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada café rilek's medan, mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing pada café rirlek's medan, dan menegetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan inovasi produk dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing pada café rilrk's medan. Sampel yang diambil dari konsumen café rilek's medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu maksimal 80 responden dicafe rilek's medan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling dengan purposive sampling*. Analisis regresi linier dalam penelitian ini digunakan untuk menegetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing paasa café rilek's medan, pengaruh pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing café rilek's medan, dan pengaruh secara simultan inoovasi produk dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing pada café rilek's medan. Hasil analisis diperoleh nilai probabilitis $t_{hitung} (2,893) > t_{tabel} (1,664)$ dan nilai signifikansinya $0,005 < 0,05$, maka H_a diterima atau H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) pada café rilek's medan, diperoleh nilai probabiliti $t_{hitung} (3,831) > t_{tabel} (1,664)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima atau H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemasarab media sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) pada café rilek;s medan, dan adapun inovasi produk dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing dengan nilai f_{hitung} adalah $27,290 > f_{tabel} (3.97)$ dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menolak H_0 dan H_a diterima.

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

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of product innovation on competitive advantage in cafe rilek's medan, know and analyze the effect of social media marketing on competitive advantage at cafe rirlek's medan, and know and analyze the simultaneous influence of product innovation and social media marketing on competitive advantage. at cafe rilrk's medan. Samples were taken from consumers cafe real's medan. The number of samples in this study was a maximum of 80 respondents at the cafe's field. The sampling method in this research is nonprobability sampling technique with purposive sampling. Linear regeneration analysis in this study is used to determine and analyze the effect of product innovation on competitive advantage in cafe rilek's medan, the effect of social media marketing on the competitive advantage of cafe rilek's medan, and the simultaneous influence of product innovation and social media marketing on competitive advantage in cafe rilek's medan. . The results of the analysis show that the probability value of t count (2.893) > t table (1.664) and the significance value is 0.005 < 0.05, then Ha is accepted or Ho is rejected, so it can be concluded that the product innovation variable (X1) has a significant effect on competitive advantage (Y) at the café. rilek's medan, obtained the probability value tcount (3.831) > t table (1.664) and a significance value of 0.000 < 0.05, then Ha is accepted or Ho is rejected, so it can be concluded that the social media marketing variable (X2) has a significant effect on competitive advantage (Y) in real café; s medan, and as for product innovation and social media marketing on competitive advantage with the value of fcount is 27.290 > ftable (3.97) and a significance level of 0.000 < 0.05. This indicates that the results of the study reject H0 and Ha are accepted.

Keywords: *Product Innovation, Social Media Marketing, and Competitive Advantage*