

ABSTRACT

His research aims to determine the influence of taste, customer service and strategic location on the competitiveness of culinary MSMEs in Sampang. The population used in this research is culinary MSMEs in Sampang. Sampling used the proportional sampling technique and the Slovin formula, so that 98 samples were obtained. The method used in this research is a quantitative method using primary data which is carried out by direct interviews with sources and collecting data in the form of questionnaires. The analysis results from the partial test (t test) show that taste has a positive and significant effect on the competitiveness of culinary MSMEs with a significance value for the taste variable (X1) of $0.026 < 0.05$ and a t-count of $5.900 > t\text{-table value of } 1.660$, so H1 is accepted. Customer service has a positive and significant effect on the competitiveness of culinary MSMEs with a significance value of the consumer customer service variable (X2) of $0.029 < 0.05$ and t-count of $7.098 > t\text{-table value of } 1.660$, so H2 is accepted. Strategic location has a positive and significant effect on the competitiveness of culinary MSMEs with a significance value of the strategic location variable (X3) of $0.010 < 0.05$ and a t-count of $7.187 > t\text{-table value of } 1.660$, so that H3 is accepted. Based on the results of the simultaneous test (f test), the f-count value was $19.376 > F\text{-table } 2.70$ and the significance value was $0.000 < 0.005$. So it can be concluded that the variables of taste, consumer service and strategic location simultaneously influence the competitiveness of culinary MSMEs in Sampang.

Keywords: Taste, Customer Service, Strategic Location, Competitiveness, Culinary MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, dan Lokasi yang Strategis Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner di Sampang. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah UMKM kuliner di Sampang. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan rumus slovin, sehingga diperoleh 98 sampel. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan narasumber dan melakukan pengumpulan data berupa angket / kuisioner. Hasil analisis dari uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya saing umkm kuliner dengan nilai signifikansi variabel cita rasa (X1) sebesar $0,026 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $5,900 > \text{nilai } t_{tabel} 1,660$, sehingga H_1 diterima. Pelayanan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya saing umkm kuliner dengan nilai signifikansi variabel pelayanan konsumen konsumen (X2) sebesar $0,029 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $7,098 > \text{nilai } t_{tabel} 1,660$, sehingga H_2 diterima. Lokasi yang strategis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya saing umkm kuliner dengan nilai signifikansi variabel lokasi yang strategis (X3) sebesar $0,010 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $7,187 > \text{nilai } t_{tabel} 1,660$, sehingga H_3 diterima. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $19,376 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa, pelayanan konsumen, dan lokasi yang strategis berpengaruh secara simultan terhadap daya saing UMKM kuliner di Sampang.

Kata Kunci: Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, Lokasi yang Strategis, Daya Saing, UMKM Kuliner.