

## **Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo**

*Zulfikar Laisa<sup>1</sup>, Hapsawati Taan<sup>2</sup>, Endi Rahman<sup>3</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>*

*E-mail: [fikarlaisa@gmail.com](mailto:fikarlaisa@gmail.com)*

---

**Abstract:** *This study aims to examine the effect of Service Differentiation and Promotion on Competitive Advantage of Suzuki Motorcycles at PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. The type of data used is primary data. The method used is a quantitative method. The data analysis technique used multiple linear regression. The results showed that partially, Service Differentiation had a positive and significant effect on the Competitive Advantage of Suzuki motorcycles at PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. Meanwhile, promotion has a positive and significant impact on competitive advantage. While simultaneously Service Differentiation and Promotion together have a significant effect on the competitive advantage of motorbikes at PT. Sinar Galesong Mandiri cab. Gorontalo. This proves that service differentiation and promotion strategies affect competitive advantage. Suggestions to further improve the application of service differentiation, the company needs to pay attention to aspects of ease of ordering, delivery, installation and maintenance and repair.*

**Keywords:** *Service Differentiation; Promotion; Competitive Advantage*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Diferensiasi Pelayanan, dan Promosi terhadap Keunggulan Bersaing Sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Diferensiasi Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. Sedangkan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan Bersaing. Sedangkan secara simultan Diferensiasi Pelayanan dan Promosi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan Bersaing sepeda motor pada PT. Sinar Galesong Mandiri cab. Gorontalo. Hal ini membuktikan bahwa strategi diferensiasi pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Saran untuk lebih meningkatkan penerapan diferensiasi pelayanan, maka perusahaan perlu memperhatikan aspek kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan serta pemeliharaan dan perbaikan.

**Kata Kunci:** *Diferensiasi Pelayanan; Promosi; Keunggulan Bersaing*

### **PENDAHULUAN**

Pertumbuhan dan perkembangan dunia industri otomotif di era yang modern ini sangatlah pesat dan tingkat persaingannya yang semakin competitive, hal ini dapat kita lihat perusahaan otomotif yang gencar mengeluarkan produk, desain dan model kendaraan yang lebih menarik dan modern, dan juga bertambahnya dealer-dealer baru yang bermunculan di Indonesia yang lebih meramaikan persaingan yang terjadi. Selain mengeluarkan produk dan menambah dealer baru, perusahaan dealer otomotif berlomba-lomba berinovasi untuk meningkatkan daya tarik dan keunggulan bersaing perusahaannya. Namun, Saat ini produk yang dikeluarkan oleh produsen otomotif cenderung mirip dan serupa satu sama lain antara merek produsen otomotif, sehingga konsumen menghadapi pilihan produk yang serupa. Dalam hal ini kebijakan dealer otomotif dalam bidang promosi dan pelayanan dapat menjadi strategi yang baik untuk meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

Keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan (Porter, 1990). Keunggulan bersaing bisa diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan inovasi yang lebih efektif dalam pasarnya yang

memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang mungkin lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri. (Barney & Hesterly, 2008) juga mengemukakan bahwa perusahaan mencapai keunggulan bersaing apabila perusahaan menerapkan value creating strategy yang tidak dilakukan oleh perusahaan lain pada waktu yang sama. Selain itu untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan dapat mendiferensiasi pelayanannya dan terus melakukan promosi, dua hal ini langkah adalah kebijakan yang tepat jika produk dari perusahaan serupa dengan pesaingnya.

Diferensiasi pelayanan merupakan upaya membedakan diri dengan merancang sistem pelayanan dan pengiriman produk yang lebih baik dan lebih berkualitas yang memberikan solusi yang lebih efektif dan efisien kepada konsumen, sehingga kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan melebihi harapan (P. Kotler & Keller, 2012). Sedangkan promosi dipandang sebagai arus informasi atau persausi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Kombinasi dari unsur-unsur promosi dikenal sebagai promotional Mix yang terdiri dari periklanan, publisitas, personal selling serta promosi penjualan, (Swastha, 1991).

PT. Sinar Galesong Mandiri adalah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang otomotif khususnya kendaraan beroda dua dengan penjualan sepeda motor merek Suzuki di wilayah Sulawesi. Di Gorontalo PT. Sinar Galesong Mandiri adalah satu-satunya dealer resmi motor merek Suzuki yang masih bertahan, memiliki 12 orang karyawan dalam 5 bidang selain penjualan sepeda motor PT. Sinar Galesong Mandiri juga melayani service sepeda motor. Namun sepeda motor merek Suzuki memiliki banyak pesaing seperti Yamaha, Honda, dan Kawasaki. tetapi dalam kurun waktu 3 tahun terakhir PT. Sinar Galesong Mandiri sebagai dealer resmi Suzuki masih kalah bersaing dengan dealer-dealer merek motor lain seperti dealer dari Yamaha dan Honda. Namun masih lebih unggul dari dealer motor merek Kawasaki. hal dapat kita lihat dalam data penjualan motor di Gorontalo sebagai berikut.

Tabel 1. Penjualan Sepeda Motor merek Honda, Kawasaki, Suzuki, Yamaha Tahun 2018-2020.

Merek motor	Tahun Penjualan Motor/unit		
	2018	2019	2020
HONDA	11343	14066	9330
KAWASAKI	129	46	28
SUZUKI	724	390	103
YAMAHA	9793	10589	7573

(Sumber: Samsat Kota Gorontalo)

Unit pada tahun 2019, dan 9330 unit pada tahun 2020 ini membuat Honda memimpin penjualan sepeda motor di Gorontalo. Sementara Suzuki dengan penjualan 724 unit pada tahun 2018, 390 unit pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 hanya terjual 103 unit. Data ini menunjukkan bahwa posisi Suzuki masih kalah bersaing dengan merek motor Honda dan Yamaha, selain penjualannya yang sedikit dibanding motor merek Honda dan Yamaha, penjualan Suzuki juga mengalami penurunan di tiap tahunnya. Sehingga dapat dikatakan PT. Sinar Galesong dengan merek motor Suzuki masih belum memiliki keunggulan bersaing, dan kurang memaksimalkan kebijakan promosi dan sistem diferensiasi pelayanannya sehingga kurang mendongkrak penjualan. Namun dalam survey yang telah dilakukan pada PT. Sinar Galesong untuk menarik konsumen kebijakan perusahaan yang dilakukan pada tahun 2018 perusahaan melakukan promosi door to door, koran, brosur, di tahun 2019 melakukan penambahan promosi dibagian digital ([www.sinargalesong.com/](http://www.sinargalesong.com/)), media social (facebook @suzukimotorgorontalo dan instgram: suzukimotorGorontalo), dan koran, di tahun 2020 karena adanya lockdown akibat covid-19, perusahaan hanya melakukan promosi dalam media social dan platform digital.

Sistem diferensiasi pelayanan perusahaan telah memberikan kemudahan pembelian melalui media social dengan ketentuan tertentu, dan menawarkan pilihan-pilihan perawatan unit motor pasca pembelian. Tetapi pernyataan ini masih berbanding berbalik dengan data penjualan motor dan keunggulan bersaing motor suzuki dari tahun-tahun tersebut, Berdasarkan aspek-aspek yang

harus diperhatikan manajemen perusahaan aspek ini diharapkan menjadi solusi untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai diferensiasi pelayanan serta Promosi untuk mempengaruhi keunggulan bersaing pada PT. Sinar Galesong Mandiri cabang Gorontalo, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyusun tugas akhir dengan judul: "Pengaruh Strategi Diferensiasi pelayanan dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Sepeda Motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo".

### **Hipotesis Penelitian**

H1: Terdapat pengaruh Diferensiasi Pelayanan terhadap keunggulan bersaing

H2: Terdapat pengaruh Promosi terhadap Keunggulan bersaing

H3: Terdapat Pengaruh Strategi Diferensiasi Pelayanan dan promosi terhadap keunggulan Bersaing.

### **METODE PENELITIAN**

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian yaitu PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Kota Gorontalo yang beralamat Jl. Raja Eyato No. 40, Biawao, Kota Selatan, Kota Gorontalo. Perusahaan ini merupakan salah satu dealer resmi Suzuki di Gorontalo. Penetapan objek penelitian pada lokasi ini berdasarkan pengamatan pada observasi awal terlihat bahwa PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Kota Gorontalo masih kurang memiliki keunggulan bersaing yang potensial. Populasi dalam penelitian ini yang menjadi konsumen adalah konsumen dari sepeda motor merek Suzuki PT. Sinar Galesong Mandiri pada tahun 2018-2020 yaitu sebesar 1.217 orang. Menurut Sugiyono (2010:49) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulannya.

Sampel yang digunakan digunakan sampling probabilitas (probability) merupakan teknik yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Responden yang dipilih adalah berdasarkan rumus slovin yang digunakan dengan kelonggaran ketidaktelitian sebesar 10%. Adapun rumus slovin yang digunakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

n: Ukuran sampel

N: Ukuran Populasi

e: Presentasi karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

Perhitungan sampel:

$$n = \frac{1,217}{1 + 1,217 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1,217}{1 + 1.217 (0,01)}$$

$$n = \frac{1,217}{1 + 12.17}$$

$$n = \frac{1,217}{13,17}$$

$$n = 92.40 \text{ (digenapkan 92)}$$

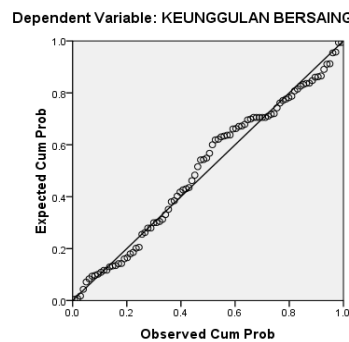
Populasi dalam penelitian ini didasarkan data pelanggan yang didapatkan sebesar 1,217 orang, berdasarkan rumus didapatkan jumlah sampel sebanyak 92 orang sampel.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap residual regresi, pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-Plot, data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linear dengan grafik normal P-Plot terhadap residu error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal yaitu adanya sebaran titik-titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal. Adapun hasil uji normalitas yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Grafik Normal P-Plot (Sumber: Data Primer Olahan SPSS 16, 2022)

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat grafik normal P-Plot tampak bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti dapat disimpulkan bahwa regresi pada penelitian ini berdistribusi secara normal.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat serta memrediksi nilai variabel dengan menggunakan variabel bebas. Setelah dilakukan uji asumsi klasik, tahap selanjutnya dilakukan pemodelan data dengan menggunakan SPSS ditampilkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	b	Std. Error	Beta		
1 (constant)	-1.408	4.848		-0.29	0.772
Diferensiasi Pelayanan	0.243	0.091	0.248	2.674	0.009
Promosi	0.403	0.07	0.531	5.733	0

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 16 (2022)

Berdasarkan hasil analisis diatas, model regresi linear berganda adalah:

$$\hat{Y} = -1,408 + 0,243X_1 + 0.403X_2$$

Berdasarkan model persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut:

- Nilai constanta sebesar -1,408 artinya jika diferensiasi pelayanan dan promosi nilainya 0 atau tidak mempunyai pengaruh, maka keunggulan bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong nilainya -1,406.
- Nilai koefisien regresi variabel diferensiasi Pelayanan sebesar 0,243 artinya jika pengaruh variabel diferensiasi pelayanan naik 1 satuan maka keunggulan bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong mengalami kenaikan sebesar 0,243.
- Nilai koefisien regresi variabel Promosi sebesar 0,403. Artinya, setiap peningkatan pengaruh variabel promosi sebesar 1 satuan maka keunggulan bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong meningkat sebesar 0,403.

### Pengujian T-test

Setelah diperoleh model persamaan regresi, maka langkah selanjutnya melakukan pengujian hipotesis (Uji t). Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 3. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	b	Std. Error	Beta		
	1 (constant)	-1.408	4.848		
Diferensiasi Pelayanan	0.243	0.091	0.248	2.674	0.009
Promosi	0.403	0.07	0.531	5.733	0

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 16 (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai thitung yang diperoleh oleh setiap variabel. Untuk mendapatkan simpulan apakah menerima atau menolak  $H_0$ , terlebih dahulu harus ditentukan nilai  $t_{tabel}$  yang akan digunakan. Nilai  $t_{tabel}$  ini bergantung pada besarnya  $df$  (degree of freedom) atau derajat kebebasan serta tingkat signifikansi yang digunakan. Data observasi dalam penelitian ini sebanyak 92 responden, dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan nilai  $df$  sebesar  $n-k-1 = 89$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 (pada taraf 5% uji dua arah). Hasil pengujian pengaruh setiap variabel bebas (diferensiasi pelayanan dan promosi) terhadap variabel terikat yakni:

- Berdasarkan analisis diperoleh nilai thitung untuk variabel Diferensiasi Pelayanan sebesar 2,674. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yang sebesar 1,986 maka thitung yang diperoleh lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ . Nilai signifikansi Diferensiasi pelayanan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai ( $0,009 < 0,05$ ), maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Nilai t positif menunjukkan bahwa  $X_1$  mempunyai hubungan yang searah dengan  $Y$ . Jadi dengan demikian dapat disimpulkan Diferensiasi Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo
- Berdasarkan analisis diperoleh nilai thitung untuk variabel Promosi sebesar 5.733. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yang sebesar 1,986 maka thitung yang diperoleh lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ . Nilai signifikansi Promosi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak. Nilai t positif menunjukkan bahwa  $X_2$  mempunyai hubungan yang searah dengan  $Y$ . Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Promosi Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo Selanjutnya untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh dari setiap variabel bebas secara parsial dapat diketahui dengan melihat nilai beta dari setiap variabel.

- c. Berdasarkan nilai beta yang diketahui variabel diferensiasi pelayanan (X1) sebesar 0,248 dan nilai beta variabel promosi (X2) sebesar 0,531. Berdasarkan nilai tersebut dapat dilihat promosi (X2) memberikan pengaruh yang lebih besar dikarenakan konsumen yang mengenal dan membeli sepeda motor Suzuki pertama kali tertarik dari promosi yang diberikan oleh PT. Sinar Galesong yang gencar melakukan kegiatan promosi di berbagai media serta memberikan informasi yang meyakinkan.

### Uji Simultan

Tabel 4. Anova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1019.964	2	509.982	44.19	.000 <sup>a</sup>
Residual	1027.112	89	11.541		
Total	2047.076	91			

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 16 (2022)

Berdasarkan tabel di atas didapat nilai Fhitung penelitian ini sebesar 44,190. Sedangkan nilai Ftabel pada tingkat signifikan 5% dan df1 sebesar k = 2 dan df2 sebesar N-k-1 = 89 adalah sebesar 3,10. Jika kedua nilai F ini dibandingkan maka nilai Fhitung yang diperoleh lebih besar dari Ftabel sehingga Ho ditolak dan H1 diterima, hal yang sama dapat dilihat pada tingkat signifikansi, yakni probabilitas yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (Diferensiasi Pelayanan dan Promosi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo.

### Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang besarnya berkisar antara 0%-100%. Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 <sup>a</sup>	0.498	0.487	3.39714

Sumber: Data Primer, Olahan SPSS 16 (2022)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan besarnya koefisien atau angka R Square adalah sebesar 0,498. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 49,8% variabilitas Keunggulan Bersaing dapat dipengaruhi oleh Diferensiasi Pelayanan dan Promosi Sepeda motor Suzuki PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. Sedangkan sisanya sebesar 50,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti diantaranya seperti Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan lain-lain.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Keunggulan

Hasil penelitian diperoleh bahwa Diferensiasi Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo. Diferensiasi Pelayanan terdiri dari indikator kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, dan pemeliharaan hasil ini mengisyaratkan bahwa Diferensiasi pelayanan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan keunggulan bersaing. Dengan demikian hasil

penelitian ini menerima hipotesis 1 yaitu terdapat pengaruh diferensiasi pelayanan terhadap keunggulan bersaing sepeda motor suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Seminari, 2017) dengan judul pengaruh strategi diferensiasi terhadap upaya membangun keunggulan bersaing, dalam penelitiannya menyatakan diferensiasi pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Tampi, 2015) dengan judul analisis strategi diferensiasi produk, diferensiasi Pelayanan, dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran, dalam penelitiannya menyatakan Diferensiasi Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap Keunggulan bersaing. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dieferensiasi Pelayanan yang dilakukan Oleh Pihak PT. Sinar Galesong selalu berupaya memberikan kemudahan pembelian produk kepada konsumen, menjaga kondisi produk sebelum terjual ke pelanggan. PT. Sinar Galesong, dan juga menyediakan perawatan produk yang telah terjual dengan garansi dan menyediakan suku cadang yang lengkap.

### **Pengaruh Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil penelitian diperoleh bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sepeda motor suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. Hasil ini mengisyaratkan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan keunggulan bersaing. Dengan demikian penelitian hasil ini menerima hipotesis 2 yaitu terdapat pengaruh antara Promosi terhadap sepeda motor suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo.

Hasil ini sejalan dengan (Oktapriani et al., 2020) dengan judul "pengaruh Promosi dan Online marketing terhadap keunggulan bersaing" hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah diadakan uji t, ditemukan bahwa secara simultan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Jeklin 2016) menyatakan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Promosi dipersepsikan cukup baik oleh konsumen/pelanggan PT. Sinar Galesong. Oleh karena itu untuk meningkatkan keunggulan bersaing salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian adalah promosi yang melalui Promosi yang terdiri dari indikator Periklanan, Penjualan Personal, Promosi penjualan, dan Pemasaran langsung, dimana indikator yang paling dominan adalah periklanan dan pemasaran langsung dengan presentase score kredit rata-rata 80%.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan menunjukkan Dalam aspek periklanan PT. Sinar Galesong Mandiri memberikan iklan yang menarik dan akurat untuk meyakinkan konsumen, dalam segi pemasaran langsung PT. Sinar Galesong berupaya untuk bekerjasama dengan para mitra untuk mengadakan event-event dan menggunakan sarana social media untuk promosi sehingga menjangkau konsumen secara luas, dan didukung oleh lokasi dealer PT. Sinar Galesong Mandiri yang mudah dijangkau dan berada ditempat sangat strategis sehingga menadai suatu keunggulan bagi produk sepeda motor Suzuki PT. Sinar Galesong mandiri.

### **Pengaruh Diferensiasi Pelayanan dan Promosi Terhadap Keunggulan.**

Hasil penelitian diperoleh diferensiasi pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing terhadap sepeda motor suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo. Dengan demikian maka penelitian ini menerima hipotesis 3 yaitu terdapat pengaruh antara Variabel diferensiasi pelayanan dan promosi signifikan terhadap keunggulan bersaing terhadap sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo.

Hasil ini sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan (Nugroho, 2017), hasil penelitian diferensiasi pelayanan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dalam penelitiannya menyatakan apabila diferensiasi pelayanan semakin baik dan promosi semakin menarik, maka keunggulan bersaing akan semakin meningkat. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lombonaung, 2018) yang meneliti tentang pengaruh diferensiasi pelayanan dan promosi terhadap keunggulan bersaing, dalam penelitiannya hanya diferensiasi yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sedangkan Promosi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di karenakan perusahaan belum memkasimalkan kinerja pemasaran dalam segi prrmosi.

Hasil ini menunjukkan bahwa dengan memperhatikan diferensiasi pelayanan dan promosi dapat meningkatkan keunggulan bersaing sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo. Manajemen PT. Sinar Galesong Mandiri Cab. Gorontalo harus selalu berusaha memberikan pelayanan yang prima serta selalu memberikan promosi yang menarik kepada pelanggan agar sepeda motor merek Suzuki bisa lebih unggul dibandingkan pesaingnya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Diferensiasi Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan diferensiasi pelayanan maka akan diikuti peningkatan keunggulan bersaing perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan diferensiasi pelayanan yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada keunggulan bersaing perusahaan melalui kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, dan pemeliharaan, sehingga dapat mendorong daya saing terhadap sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo. Dengan demikian hipotesis penelitian ini terbukti dan dapat diterima.
2. Promosi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan promosi maka akan diikuti peningkatan keunggulan bersaing perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan promosi yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada keunggulan bersaing perusahaan melalui periklanan, penjual personal, promosi penjualan, dan pemasaran langsung sehingga dapat mendorong daya saing terhadap sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo. Dengan demikian hipotesis penelitian ini terbukti dan dapat diterima.
3. Secara simultan diferensiasi pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan diferensiasi pelayanan maka akan diikuti peningkatan keunggulan bersaing perusahaan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Cab. Gorontalo. Dengan demikian maka hipotesis penelitian ini terbukti dan dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan memperhatikan diferensiasi pelayanan dan promosi dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma Buchari. (2016). manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. ALFABETA.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. (2008). Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases. Pearson Education, Inc.
- Dewi, N. P. D. E., & Seminari, N. K. (2017). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Pada Hotel Alila Ubud. E-Jurnal Manajemen Unud, 6(11), 6120-6140.
- Jeklin, A. (2016). PENGARUH PROMOSI, MARKET ORIENTATION, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING. July, 1-23.
- Kotler, & Amnstrong. (2006). Prinsip-Prinsip Manajemen, jilid 1 (B. Sabino (ed.); edisi 12 T). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Susanto, A. . (2000). Manajemen Pemasaran di Indonesia : Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Salemba empat. di akses 29 september 2021
- Lombonaung, A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Penerbangan Pt. Garuda Indonesia Cabang Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 5(3), 4415-4424. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18637>
- Nugroho, R. A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada Maskapai Penerbangan ( Studi Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Kota Semarang ). 586.



- Oktapriani, R., Muniroh, L., & Eldine, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Online Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing ( Studi kasus pada UMKM Tas Desa Bojong Rangkas , Kabupaten Bogor ). 13–23.
- Porter, michael E. (1990). Kenggulan Bersaing, Menciptakan dan mempertahankan Kinerja Unggul. Erlangga.
- Swastha. (1991). Manajemen Pemasaran Modern,. Liberty.
- Susanto, A. (2018). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak. In Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen (Setiyawami (ed.)). ALFABETA.
- Teryy, G. (2004). prinsip-prinsip Manajemen (Terjemahan). Bumi Aksara.
- Taan, H. (2017). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing usaha karawo di kota gorontalo. Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 148–158. <https://ejurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/jbk/article/view/92/97>
- Tampi, N. H. R. (2015). ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK, DIFERENSIASI LAYANAN DAN DIFERENSIASI CITRA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN (Studi Pada PT.Telkomsel Grapari Manado). Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(4), 68–81.