

ABSTRAK

Nama Syabina Putri Rahmah
Program Studi Kewirausahaan
Judul Pengaruh Kreativitas, Strategi Pemasaran Digital, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Coffee Shop Di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas, strategi pemasaran digital, dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing usaha coffee shop di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pemilik usaha coffee shop sebagai responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 82 pemilik usaha coffee shop. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping berdasarkan nilai t-statistic dan p-value. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai p-value sebesar 0,041. Strategi pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai p-value sebesar 0,000. Orientasi pasar juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai p-value sebesar 0,001. Berdasarkan hasil uji effect size, strategi pemasaran digital memiliki pengaruh paling besar terhadap keunggulan bersaing dengan nilai f^2 sebesar 0,674, sedangkan orientasi pasar sebesar 0,106 dan kreativitas sebesar 0,051. Nilai R-Square sebesar 0,758 menunjukkan bahwa kreativitas, strategi pemasaran digital, dan orientasi pasar mampu menjelaskan 75,8% variasi keunggulan bersaing, sedangkan 24,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan kreativitas, strategi pemasaran digital, dan orientasi pasar dapat menjadi upaya bagi pelaku usaha coffee shop di Kota Lhokseumawe dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Kata kunci: Kreativitas, Strategi Pemasaran Digital, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Coffee Shop.

ABSTRACT

Nama Syabina Putri Rahmah
Program Studi Kewirausahaan
Judul Pengaruh Kreativitas, Strategi Pemasaran Digital, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Coffee Shop Di Kota Lhokseumawe

This study aims to determine the influence of creativity, digital marketing strategies, and market orientation on the competitive advantage of coffee shop businesses in Lhokseumawe City. This study uses a quantitative approach with coffee shop business owners as respondents. The number of respondents in this study was 82 coffee shop business owners. Data collection was carried out through distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method with the help of the SmartPLS application. Hypothesis testing was carried out using the bootstrapping method based on the t-statistic and p-value. The results showed that creativity had a positive and significant effect on competitive advantage with a p-value of 0.041. Digital marketing strategies had a positive and significant effect on competitive advantage with a p-value of 0.000. Market orientation also had a positive and significant effect on competitive advantage with a p-value of 0.001. Based on the results of the effect size test, digital marketing strategy has the greatest influence on competitive advantage with an f^2 value of 0.674, followed by market orientation at 0.106 and creativity at 0.051. The R-Square value of 0.758 indicates that creativity, digital marketing strategy, and market orientation explain 75.8% of the variation in competitive advantage, while 24.2% is explained by factors outside the study. Therefore, enhancing creativity, digital marketing strategy, and market orientation can be an effort for coffee shop entrepreneurs in Lhokseumawe City to improve their competitive advantage.

Keywords: Creativity, Digital Marketing Strategy, Market Orientation, Competitive Advantage, Coffee Shop.