

PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING DI RUMAH CANTIK SEHAT MUSLIMAH (RCSM)  
GEDONGKUNING YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu

Disusun Oleh:  
Bunga Ayu Valiandri  
NIM 12240094

Pembimbing:  
Drs. Mokh. Nazili, M. Pd  
NIP. 19630210 199103 1 002

JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

2016



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281. E-mail: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id)

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor: UIN.02/DD/PP.01.3/ 1343 /2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
DI RUMAH CANTIK SEHAT MUSLIMAT (RCSM) GEDONGKUNING  
YOGYAKARTA**

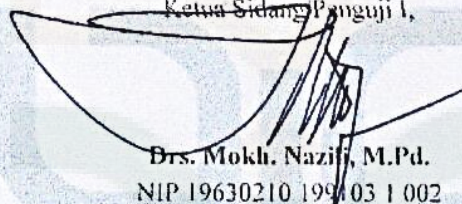
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
NIM/Jurusan : 12240094/MD  
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu, 22 Juni 2016  
Nilai Munaqasyah : 91 (A -)

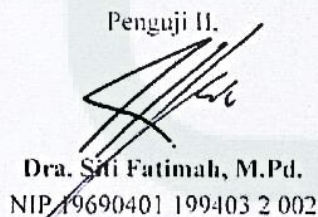
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQASYAH**

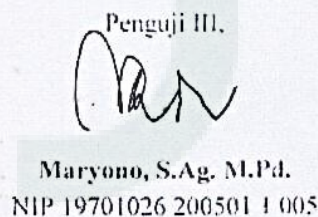
Ketua Sidang/Penguji I,

  
Drs. Mokh. Nazifi, M.Pd.  
NIP 19630210 199403 1 002

Penguji II,

  
Dra. Siti Fatimah, M.Pd.  
NIP 19690401 199403 2 002

Penguji III,

  
Maryono, S.Ag. M.Pd.  
NIP 19701026 200501 1 005

Yogyakarta, 27 Juni 2016  
  
Dr. Nurjannah, M.Si.  
NIP 196003101987032001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta.

*Assalamualaikum. Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
NIM : 12240094  
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum. Wr. Wb.*

Yogyakarta, 12 Juni 2016

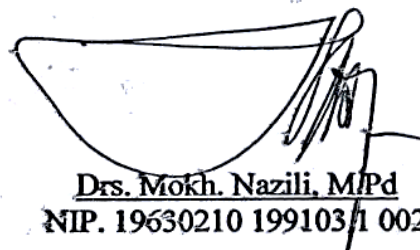
Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si.  
NIP. 196701041993031003

  
Drs. Mokh. Nazili, MIPd  
NIP. 19630210 1991031 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
NIM : 12240094  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta” adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 12 Juni 2016

Yang menyatakan,



Bunga Ayu Valiandri  
NIM.12240094

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

## MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ  
بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Al Qur'an, 2: 148. Terjemah ayat Al Qur'an ini diambil dari Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahnya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2010), hlm. 23.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirobbil'alamiin*, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia yang tak terhingga. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafaatnya kelak akhirat nanti. Berkat kemudahan serta kelancaran yang dikaruniakan Allah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta.”

Skripsi ini dibuat untuk menambah wawasan di bidang akademik dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu di bidang Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tentu tidak lepas dari peran serta berbagai pihak, dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih atas bantuan, doa, dukungan kepada:

1. Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjannah, M. Si., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan arahan untuk kelancaran skripsi ini.

4. Bapak Drs. Mokh. Nazili, M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah sekaligus pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, bimbingan dan motivasi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Andy Dermawan, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, pengetahuan, dan motivasi selama masa kuliah di jurusan Manajemen Dakwah ini.
6. Ibu Hj. Tejowati, S.H selaku bagian administrasi jurusan Manajemen Dakwah yang telah membantu mengurus segala keperluan skripsi.
7. Seluruh dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama penulis belajar di jurusan Manajemen Dakwah.
8. Ibuku yang hebat, Farida Anis Maryami, terima kasih selalu atas kasih sayang, doa, bimbingan, dukungan dalam segala hal.
9. Adikku, Anas Abrori yang telah mendukung dan memberikan banyak bantuan terutama dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Tri Wahyujati, Dwi Marwati, Khofiya Nida, Fajar Mungghih N., Siti Makmuroh, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, motivasinya selama ini.
11. Endah Dwi A., Annisa Ristu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi.
12. Semua teman-teman Manajemen Dakwah angkatan 2012 (ARMADA) yang saling menyemangati dalam kebersamaan.
13. Pihak RCSM Gedongkuning Yogyakarta yang telah mengizinkan dilakukannya penelitian untuk bahan penulisan skripsi.
14. Semua *customer* RCSM Gedongkuning Yogyakarta yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian.

15. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penulis selama masa kuliah dan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah membalas amal kebaikan kita semua. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

Yogyakarta, 11 Juni 2016

Penulis

Bunga Ayu Valiandri  
NIM 12240094

## ABSTRAK

Bunga Ayu Valiandri (122400094), Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Suatu perusahaan memungkinkan bertahan dan memenangkan persaingan bila memiliki keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat dicapai bila perusahaan mempunyai nilai lebih yang sulit ditandingi pesaing dan mampu menarik konsumen. Salah satu cara agar perusahaan mempunyai nilai lebih adalah melalui strategi diferensiasi, yaitu membuat pembeda dengan para pesaingnya. Adapun Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta adalah salon dan spa muslimah yang menawarkan beragam layanan dan produk kecantikan dan kesehatan. Hingga saat ini RCSM sudah mempunyai beberapa cabang yang tersebar di sejumlah daerah di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *random sampling*, dengan sampel sebanyak 75 responden. Pengumpulan data utama menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi digunakan untuk menunjang pengumpulan data. Olah data menggunakan program *SPSS 21.0 for windows* dengan teknik analisis data berupa deskriptif responden, statistik deskriptif variabel, uji asumsi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menjawab hipotesis yang dirumuskan yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta. Hal itu dapat diketahui dari uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, dengan melihat nilai koefisien regresi sebesar 1,223. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi strategi diferensiasi adalah  $0,000 < 0,05$ , yang berarti strategi diferensiasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing di RCSM Gedongkuning Yogyakarta. Berdasarkan uji  $R^2$  ditemukan hasil bahwa strategi diferensiasi mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 61,3%, dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Keyword:** Strategi Diferensiasi, Keunggulan Bersaing

## DAFTAR ISI

|                                                          |       |
|----------------------------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL .....                                      | i     |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....                         | ii    |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....                          | iii   |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....                          | iv    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                | v     |
| MOTTO .....                                              | vi    |
| KATA PENGANTAR .....                                     | vii   |
| ABSTRAK .....                                            | x     |
| DAFTAR ISI .....                                         | xi    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                      | xiii  |
| DAFTAR TABEL .....                                       | xiv   |
| <br>BAB I    PENDAHULUAN .....                           | <br>1 |
| A.    Penegasan Judul .....                              | 1     |
| B.    Latar Belakang .....                               | 3     |
| C.    Rumusan Masalah .....                              | 8     |
| D.    Tujuan Penelitian .....                            | 8     |
| E.    Kegunaan Penelitian .....                          | 8     |
| F.    Tinjauan Pustaka .....                             | 9     |
| G.    Kerangka Teori .....                               | 13    |
| H.    Hipotesis Penelitian .....                         | 28    |
| BAB II   METODE PENELITIAN .....                         | 29    |
| A.    Jenis dan Sifat Penelitian .....                   | 29    |
| B.    Obyek dan Subyek Penelitian .....                  | 29    |
| C.    Populasi dan Sampel Penelitian .....               | 29    |
| D.    Jenis dan Sumber Data .....                        | 30    |
| E.    Teknik Pengumpulan Data .....                      | 31    |
| F.    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional ..... | 32    |
| G.    Instrumen Penelitian .....                         | 34    |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| H. Teknik Analisis Data .....                            | 38 |
| BAB III GAMBARAN UMUM RCSM Gedongkuning Yogyakarta ..... | 42 |
| A. Sejarah RCSM Gedongkuning Yogyakarta .....            | 42 |
| B. Visi dan Misi RCSM .....                              | 43 |
| C. Layanan dan Produk RCSM .....                         | 44 |
| D. Struktur Organisasi dan Kepengurusan RCSM .....       | 46 |
| E. Keunggulan RCSM .....                                 | 47 |
| F. Kemitraan RCSM .....                                  | 48 |
| G. Kantor Pelayanan RCSM .....                           | 49 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....                | 51 |
| A. Persiapan Penelitian .....                            | 51 |
| B. Teknik Analisis Data Penelitian .....                 | 53 |
| 1. Uji Validitas .....                                   | 53 |
| 2. Uji Reliabilitas .....                                | 55 |
| 3. Analisis Deskriptif Responden .....                   | 57 |
| 4. Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....          | 60 |
| 5. Uji Asumsi Prasyarat .....                            | 67 |
| 6. Analisis Regresi Linier Sederhana .....               | 66 |
| 7. Uji Hipotesis .....                                   | 68 |
| C. Pembahasan .....                                      | 69 |
| BAB V PENUTUP .....                                      | 73 |
| A. Kesimpulan .....                                      | 73 |
| B. Saran .....                                           | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     | 76 |
| LAMPIRAN                                                 |    |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....                         | 28 |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi dan Kepengurusan RCSM ..... | 46 |



## DAFTAR TABEL

|            |                                                                    |    |
|------------|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1  | Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Strategi Diferensiasi..... | 35 |
| Tabel 2.2  | Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Keunggulan Bersaing ..     | 35 |
| Tabel 4.1  | Waktu dan Jumlah Penyebaran Kuesioner Penelitian .....             | 53 |
| Tabel 4.2  | Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Diferensiasi .....           | 54 |
| Tabel 4.3  | Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing .....             | 54 |
| Tabel 4.4  | Hasil Uji Reliabilitas .....                                       | 56 |
| Tabel 4.5  | Deskriptif Responden Berdasar Usia .....                           | 57 |
| Tabel 4.6  | Deskriptif Responden Berdasar Pekerjaan .....                      | 58 |
| Tabel 4.7  | Deskriptif Responden Berdasar Penghasilan .....                    | 59 |
| Tabel 4.8  | Statistik Deskriptif Variabel Strategi Diferensiasi .....          | 60 |
| Tabel 4.9  | Disttribusi Frekuensi Variabel Strategi Diferensiasi .....         | 61 |
| Tabel 4.10 | Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing .....            | 62 |
| Tabel 4.11 | Distribusi Frekuensi Variabel Keunggulan Bersaing .....            | 63 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Normalitas .....                                         | 65 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Linieritas .....                                         | 66 |
| Tabel 4.14 | Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....                      | 67 |
| Tabel 4.15 | Hasil Uji t .....                                                  | 68 |
| Tabel 4.16 | Hasil Uji $r^2$ .....                                              | 68 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Judul proposal skripsi ini “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta”. Beberapa hal yang perlu dijelaskan dalam penegasan judul adalah sebagai berikut:

#### **1. Pengaruh**

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>1</sup> Sedangkan dalam penelitian, pengaruh menunjuk pada korelasi atau hubungan sebab akibat yaitu suatu keadaan menjadi sebab bagi keadaan yang lain (menjadi akibat).<sup>2</sup> Pengaruh dalam penelitian ini merupakan suatu korelasi yang timbul dari adanya strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di RCSM Gedongkuning Yogyakarta.

#### **2. Strategi Diferensiasi**

Strategi diferensiasi dapat diuraikan sebagai upaya untuk merancang seperangkat pembeda atau atribut produk fisik untuk membedakan produk

---

<sup>1</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 664.

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 76.

perusahaan dengan produk pesaingnya.<sup>3</sup> Perusahaan melakukan diferensiasi dengan tujuan terutama untuk memperoleh keunikan dibandingkan dengan para pesaingnya dan dinilai penting oleh para pembelinya.<sup>4</sup> Maka yang dimaksud dengan strategi diferensiasi yaitu unsur pembeda yang dimiliki pelaku usaha untuk membedakan dirinya dengan para pesaing melalui nilai terbaik yang diberikan pada konsumen.

### 3. Keunggulan Bersaing

Definisi dari keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pesaing dalam industri.<sup>5</sup> Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan melakukan dengan baik satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak akan ditandingi para pesaing. Suatu keunggulan dapat digunakan perusahaan sebagai batu loncatan ke keunggulan baru, sehingga pada umumnya perusahaan yang ingin bertahan lama harus menjadi perusahaan yang terus berinvestasi pada keunggulan baru.<sup>6</sup> Maka keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba lebih tinggi dengan melakukan cara yang sulit ditandingi pesaing.

---

<sup>3</sup> Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hlm. 118.

<sup>4</sup> Sampurno, *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2013), hlm. 205.

<sup>5</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), hlm. 61.

<sup>6</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, trj. Benyamin Molan, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 184-185.

#### 4. Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta

Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) adalah salon dan spa muslimah yang memberikan layanan terpadu meliputi layanan kesehatan dan kecantikan. Adapun Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Yogyakarta ini terletak di jalan Gedongkuning Selatan no.204 A Yogyakarta.

Berdasarkan pengertian tersebut, maksud judul “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta” adalah penelitian tentang pengaruh unsur pembeda yang dimiliki Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta terhadap kemampuannya menghadapi persaingan dengan kompetitor lain.

### **B. Latar Belakang**

Berkembangnya beragam perusahaan saat ini, baik yang memproduksi barang atau jasa menjadikan tingkat persaingan meningkat. Hal tersebut akan menyebabkan setiap perusahaan berusaha memanfaatkan semua sumber untuk menciptakan keunggulan bersaing yang kuat. Kompetisi yang ketat menjadikan setiap perusahaan membuat langkah-langkah strategis untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya.

Pada umumnya perusahaan senantiasa berupaya untuk dapat mencapai tujuan dan sasarannya dalam kancah persaingan. Keberhasilan mencapai hal tersebut tentunya dimungkinkan bila perusahaan memiliki keunggulan bersaing.

Keunggulan bersaing harus dimiliki perusahaan yang ingin tetap bertahan dalam kerasnya persaingan usaha agar tidak kalah dari kompetitor lain.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan bersaing bilamana memiliki sesuatu yang lebih atas pesaingnya dalam menarik konsumen dan mempertahankan diri atas kekuatan persaingan yang mencoba menekan perusahaan.<sup>7</sup> Keunggulan bersaing perusahaan dapat diperoleh dari kualitas produk, kepuasan konsumen, merek, pangsa pasar, harga, jalur distribusi.<sup>8</sup> Bila sumber-sumber keunggulan tersebut dimiliki oleh produk suatu perusahaan, besar kemungkinan produk tersebut akan diminati pasar, dan apabila dapat dipertahankan dalam kurun waktu jangka panjang maka dapat menghasilkan keuntungan yang konsisten bagi perusahaan.

Agar keunggulan bersaing dimiliki perusahaan secara terus menerus, perusahaan hendaknya mampu menyediakan produk yang dirasa konsumen mempunyai nilai lebih. Salah satu cara agar produk yang dibuat memiliki nilai lebih bagi konsumen adalah dengan penerapan strategi diferensiasi, yaitu proses menetapkan perbedaan antara produk atau jasa suatu perusahaan dengan para pesaingnya. Diferensiasi biasanya terdiri dari identifikasi atau membuat perbedaan tertentu, kemudian menarik perhatian konsumen melalui pemasaran. Diferensiasi merupakan metode fundamental dalam pemasaran. Praktik ini dapat berwujud

---

<sup>7</sup> Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Banyumedia Publishing, 2005), hlm. 99.

<sup>8</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hlm.61.

dalam berbagai cara menarik perhatian pada satu produk yang ditawarkan di pasar, yang tenggelam diantara sekian banyak versi dari produk yang sama.<sup>9</sup>

Perbedaan bernilai untuk membedakan antara perusahaan dengan pesaing yang dibuat oleh perusahaan, dapat disampaikan kepada konsumen melalui produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan, personil yang melayani pelanggan, saluran distribusi yang dilakukan, dan citra dari produk atau perusahaan yang hendak disampaikan kepada konsumen. Dengan penerapan hal-hal tersebut, suatu perusahaan dapat tampil beda dari pesaing lain. Bila perusahaan tidak mendiferensiasikan dirinya terhadap para pesaingnya, maka apa yang dihasilkannya hanya menjadi produk umum dan mengakibatkan rawan kehilangan konsumen.

Perkembangan dunia usaha yang dipengaruhi oleh keadaan lingkungan dan gejolak persaingan menuntut perusahaan siap menghadapi tantangan pasang surutnya kondisi pasar. Begitu pula dengan perkembangan industri kosmetik di tanah air yang didukung oleh meningkatnya tingkat kesadaran masyarakat terkait penggunaan kosmetik. Tidak hanya terbatas pada penjualan kosmetik belaka, jasa layanan kecantikan juga semakin berkembang. Bisa dikatakan, masyarakat, khususnya kaum wanita, menganggap bahwa perawatan untuk kecantikan bukan lagi sekadar pelengkap, namun telah menjadi suatu kebutuhan. Kondisi ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis jasa layanan kecantikan yang menyediakan aneka ragam produk layanan untuk melengkapi kebutuhan konsumen.

---

<sup>9</sup> Mark Vernon, *Bisnis: the Key Concepts*, trj. Salim Darmidi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 97.

Di antara banyaknya penyedia jasa layanan kecantikan saat ini, Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) hadir sebagai pilihan para muslimah untuk merawat dan menjaga kecantikan dan kesehatan tubuhnya. RCSM juga membedakan dirinya dengan penyedia jasa sejenis antara lain melalui konsep Islami, *happy room* yang disediakan, produk berkualitas, program layanan yang menarik (khususnya pada *skin care* yang menjadi andalannya), serta RCSM juga membuka jasa kemitraan (*franchise*).<sup>10</sup>

Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) menyediakan layanan yang privat, tidak bercampur baur, nyaman, dan Islami.<sup>11</sup> Melalui slogannya yaitu “Tempatnya Para Muslimah Dimuliakan”, menunjukkan bahwa RCSM mengusung konsep Islami dan mengutamakan privasi. Hal itu terlihat dari ruang yang terpisah antara ruangan manajemen, ruangan *customer service*, dan ruangan *treatment*. Bahkan di ruangan *treatment* tersebut juga terdapat sekat antar *customer*. Kondisi di setiap ruangan benar-benar diperhatikan mulai dari suhu, lantunan musik, penerangan, kerapian, dan kebersihannya, sehingga meskipun desain ruangnya simpel dan minimalis namun tetap menawarkan kenyamanan bagi *customer*.

RCSM menggunakan produk berkualitas dari *NU Skin* yang mengandung bahan alami, aman, dan bersertifikat halal. RCSM menawarkan beragam *treatment* dengan teknologi yang baik, yang dapat dipilih *customer* sesuai kebutuhan. Karena mengusung konsep Islami, RCSM tidak menyediakan layanan

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Devi Pawesti (*Brand & Marketing Team* RCSM) pada 25 April 2016 pukul 14.30 WIB.

<sup>11</sup> <http://www.rscmjogjamu.com/>, diakses pada 19 April 2016 pukul 12.30 WIB.

yang dilarang dalam tuntunan agama Islam, seperti tato dan menyambung rambut. Tidak hanya itu, RCSM juga menyediakan program menarik seperti konsultasi dokter gratis serta pendampingan dalam penggunaan produk untuk perawatan kecantikan dan kesehatan.

Adapun dalam hal pelayanannya, RCSM berupaya untuk memberikan kemudahan bagi para *customernya*, seperti menyediakan kartu member dan diskon. Customer juga dapat melakukan *booking online* atau via telepon mengenai *treatment* yang dibutuhkan mulai dari jam 9.30 sampai batas terakhir reservasi jam 16.00 WIB. Selain itu *customer* juga dapat memesan siapa terapis yang akan melayani agar semakin merasa nyaman melakukan *treatment* di RCSM.

Sedangkan untuk para personil di RCSM senantiasa bersikap ramah dan komunikatif. Sebelum memulai *treatment*, terapis yang menangani membaca *Basmallah*, menanyakan kenyamanan *customer*, dan memulai *treatment* dari bagian tubuh sebelah kanan. Setelah *treatment* yang dilakukan selesai, terapis menanyakan kepuasan yang dirasakan dan kemudian menyediakan minuman bagi *customer*. Hal itu sebagai salah satu wujud dalam memberikan pelayanan terbaik bagi *customer* di RCSM.

Upaya untuk mengenalkan diri, produk, dan layanan RCSM, dilakukan melalui berbagai cara agar masyarakat dapat lebih mengenal RCSM. Di samping memanfaatkan media internet (web, *facebook*, *twitter*, *instagram*), RCSM juga bertindak sebagai pengisi materi di acara kecantikan maupun kajian dakwah. Hal itu tentunya dapat menjadi sarana untuk promosi, pembentukan citra, dan memperluas pasar.

RCSM juga membuka jasa kemitraan (*franchise*). Berawal dari berdirinya pada tahun 2009, perkembangan RCSM termasuk pesat. Hingga saat ini RCSM telah memiliki cabang di 11 tempat dengan RCSM Gedongkuning sebagai kantor pusatnya. Jasa kemitraan ini mempunyai biaya yang berbeda-beda sesuai dengan program paket yang ditawarkan. Adapun sumber *income* dari kemitraan ini yaitu, penghasilan dari *treatment* 50%, penghasilan dari pembelian produk 20%, penghasilan dari *franchisor* berupa *point reward*, dan *sharing* kemitraan.<sup>12</sup>

Berbagai faktor yang tergolong diferensiasi tersebut membuat RCSM memiliki keunggulan bersaing sehingga mampu bertahan di antara pelaku usaha sejenis. Berdasar fenomena kondisi kompetisi bisnis, termasuk pada industri kosmetik, yang menuntut setiap pelaku usaha menyusun strategi guna mampu bersaing dalam pasar sehingga dapat mempertahankan posisi yang unggul dalam kancah persaingan, dan kesuksesan yang dicapai RCSM sebagai salon dan spa muslimah hingga saat ini, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah apakah strategi diferensiasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta?

---

<sup>12</sup> Dokumentasi Slide Presentasi RCSM, pada 25 April 2016 pukul 16.00 WIB.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah strategi diferensiasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritik
  - a. Mengembangkan keilmuan Manajemen Dakwah yang dapat bermanfaat secara akademik maupun bagi pihak terkait, khususnya untuk menambah wawasan mengenai pemasaran dan *entrepreneur*.
  - b. Memberikan informasi mengenai pengaruh strategi diferensiasi dalam keunggulan bersaing di Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta.
2. Kegunaan Secara Praktis
  - a. Memberikan kontribusi bagi pihak Rumah Sehat Cantik Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta dalam merancang faktor-faktor diferensiasi sehingga dapat menjadi strategi yang akan meningkatkan keunggulan bersaing.
  - b. Bagi peneliti lain, sebagai sumbangan praktis apabila akan melakukan penelitian sejenis.

## F. Tinjauan Pustaka

Dilihat dari penelitian terdahulu, diketahui bahwa strategi diferensiasi merupakan salah satu hal yang memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing suatu perusahaan. Hal tersebut dapat diketahui dalam penelitian yang dilakukan Dini Suci Ramadhani pada 100 konsumen Damarindo Digital Printing di Padang. Dihasilkan temuan dari hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi diferensiasi secara keseluruhan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan daya saing Damarindo Digital Printing. Hasil pengujian per variabel menunjukkan bahwa variabel strategi diferensiasi produk (t hitung 5,628 dan sig. 0,000), kualitas pelayanan (t hitung 5,674 dan sig. 0,000), personil (t hitung 4,164 dan sig. 0,000) memiliki dampak positif dan signifikan pada daya saing. Sedangkan strategi diferensiasi citra (t hitung -7,493 dan sig. 0,000) memiliki dampak negatif tetapi signifikan pada daya saing. Sedangkan strategi diferensiasi saluran distribusi (t hitung -1,770 dan sig. 0,79) memiliki dampak negatif dan tidak signifikan sehingga tidak menunjukkan daya saing.<sup>13</sup>

Hal itu juga ditunjukkan dalam hasil penelitian Ratna Paryanti pada Hotel Resty Menara Pekanbaru. Strategi diferensiasi yang diterapkan mampu menciptakan keunggulan bersaing. Variabel strategi diferensiasi dalam penelitian ini meliputi 4 komponen yaitu diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personel, diferensiasi citra. Masing-masing memiliki indikator yang saling berkaitan dan berpengaruh positif (dengan total nilai koefisien sebesar 0,447 pada uji regresi) terhadap keunggulan bersaing, yaitu keunggulan produk,

---

<sup>13</sup> Dini Suci Ramadhani, "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Konsumen Damarindo Digital Printing di Padang)", *Kumpulan Journal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*, vol.1, no. 1, (2013), hlm. 11.

keunggulan konsumen yang loyal, dan keunggulan menciptakan kualitas teknologi layanan berbelanja.<sup>14</sup>

Hasil penelitian Nanda Fadilla juga menunjukkan hal yang tidak jauh berbeda. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang dikemukakan, terdapat pengaruh antara strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing pada Hypermart SKA Pekanbaru. Hal ini terlihat dari hasil penelitian  $t$  hitung (4,580)  $> t$  tabel (1,985) dan  $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa strategi diferensiasi dalam keempat dimensinya (produk, pelayanan, personil, citra) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.<sup>15</sup>

Penelitian dalam skripsi Ahmad Syukri yang dilakukan pada produk Speedy PT. Telkom Divisi Regional III Jabar dan Banten menunjukkan bahwa strategi diferensiasi mempunyai korelasi yang sedang dan positif terhadap keunggulan bersaing, ditunjukkan oleh angka hasil korelasi yang sedang yaitu sebesar 0,440. Ini berarti bahwa apabila strategi diferensiasi diterapkan dengan baik dan berhasil, maka keunggulan bersaing akan meningkat. Strategi diferensiasi juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing, ditunjukkan oleh besarnya  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel yaitu

---

<sup>14</sup> Ratna Paryanti, "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)", *JOM FISIP*, vol.2, no.2, (Oktober:2015), hlm.12.

<sup>15</sup> Nanda Fadilla, "Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Ritel Modern (Kasus Hypermart Mall SKA Pekanbaru)", *JOM FISIP*, vol.2, no.2, (Oktober: 2015), hlm. 14.

4,852 > 1,984. Hal ini membuktikan hipotesis penelitian bahwa strategi diferensiasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing.<sup>16</sup>

Tinjauan pustaka selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nicky Hannry Ronaldo Tampi pada PT. Telkomsel Grapari Manado. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi diferensiasi produk, diferensiasi layanan, diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing secara parsial dan pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Telkomsel yang ada di Kota Manado yang pernah berkunjung ke Telkomsel Grapari Manado. Sampel diambil dengan cara simple random sampling dengan mengambil responden sebanyak 150 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing secara parsial signifikan. Pengaruh diferensiasi layanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing secara parsial tidak signifikan. Sedangkan pengaruh keunggulan bersaing terhadap variabel kinerja pemasaran secara parsial signifikan.<sup>17</sup>

Penelitian Reza Adhi Nugroho pada Maskapai Penerbangan Lion Air di Semarang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaingnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diambil kesimpulan bahwa rute penerbangan, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Koefisien

---

<sup>16</sup> Ahmad Syukri, "Pengaruh Penerapan Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Speedy di PT. Telkom Divisi Regional III Jabar dan Banten", *Skripsi*, (Bandung: Universitas Komputer Indonesia, 2010), hlm. 99.

<sup>17</sup> Nicky Hannry Ronaldo Tampi, "Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan, dan Diferensiasi Citra terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada PT. Telkomsel Grapari Manado)", *Jurnal EMBA*, vol.3, no.4, (Desember: 2015), hlm. 68.

determinasi sebesar 0,586 (*adjusted R Square*), menunjukkan bahwa rute penerbangan (X1), kualitas pelayanan (X2), promosi (X3) mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing Lion Air sebesar 58,60%, sedangkan sisanya 41,40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.<sup>18</sup>

Adapun penelitian yang akan peneliti lakukan adalah meneliti tentang strategi diferensiasi yang mengacu pada lima dimensi diferensiasi, yaitu diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personil, diferensiasi saluran distribusi, dan diferensiasi citra, yang akan dilihat dampaknya terhadap keunggulan bersaing. Penelitian ini dilakukan di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta.

## G. Kerangka Teori

### 1. Strategi Diferensiasi

#### a. Pengertian Strategi Diferensiasi

Banyak pakar yang mendefinisikan diferensiasi sebagai semua upaya merek atau perusahaan untuk menciptakan perbedaan diantara para pesaing dalam memberikan *value* terbaik kepada pelanggan. Hermawan Kartajaya mendefinisikan diferensiasi sebagai upaya mengintegrasikan konten, konteks, dan infrastruktur produk dan layanan yang kita tawarkan kepada pelanggan.<sup>19</sup> Strategi diferensiasi dapat sebagai upaya untuk

---

<sup>18</sup> Reza Adhi Nugroho, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada Maskapai Penerbangan (Studi pada Maskapai Penerbangan Lion Air di Kota Semarang)", ttp., tt.

<sup>19</sup> Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Differentiation*, (Bandung: Mizan, 2004) hlm. 12.

merancang seperangkat pembeda atau atribut produk fisik untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya.<sup>20</sup>

Diferensiasi juga diartikan sebagai usaha merealisasikan suatu strategi pemasaran dengan memperhatikan seluruh aspek terkait di perusahaan yang membedakan dari perusahaan lain. Secara mudahnya diferensiasi ini mengubah kondisi perusahaan sehingga tercipta pembeda tersendiri dengan perusahaan lain walau sama dalam hasil produk, jenis pelayanan, sama desain, yang ditawarkan baik promosi dan informasi. Semuanya berusaha membangun di benak konsumen atas perbedaan diri.<sup>21</sup>

Michael Porter dalam Thompson dan Strickland, yang dikutip dari Endah Prapti Lestari, mengembangkan lima strategi generik yang umum digunakan oleh berbagai jenis dan ukuran perusahaan. Terdapat dua jenis strategi diferensiasi diantara lima strategi tersebut, yaitu:<sup>22</sup>

1) *A Broad Differentiation Strategy*

Strategi ini dilakukan dengan menawarkan produk dan jasa yang mempunyai keunikan/ beda dari produk dan jasa yang ditawarkan pesaing. Produk ini ditawarkan kepada konsumen dalam segmen pasar yang lebih luas. Dalam implementasi strategi

---

<sup>20</sup> Gunawan Adisaputro, Manajemen Pemasaran, hlm. 118.

<sup>21</sup> Siti Khotijah, Smart Strategi of Marketing: Persaingan Pasar Global, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 25.

<sup>22</sup> Endah Prapti Lestari, *Pemasaran Strategik: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 78.

ini, perusahaan harus secara terus menerus mempelajari kebutuhan dan preferensi konsumen untuk mengetahui apa saja yang dianggap penting bagi konsumen, apa yang dipikirkan konsumen tentang *value*, dan berapa mereka bersedia membayarnya. Strategi diferensiasi akan berhasil jika pembeli menganggap diferensiasi mempunyai *value*, kebutuhan pembeli berbeda, pesaing mengikuti pola diferensiasi yang sama, dan perubahan teknologi, informasi, dan persaingan sangat cepat.

## 2) *A Focused Differentiation Strategy*

Strategi ini dilakukan dengan menawarkan produk dan jasa yang beda/unik dari produk dan jasa yang ditawarkan pesaing kepada pangsa pasar yang lebih sempit. Pada strategi ini, perusahaan sangat yakin bahwa dengan melayani produk yang unik/ beda pada segmen pasar yang sempit akan bisa diperoleh keuntungan tinggi, dengan alasan segmen yang dipilih akan lebih efisien dibanding pesaingnya. Tujuan strategi ini adalah melayani konsumen pada segmen sempit yang sensitif terhadap atribut produk atau jasa.

## b. Dimensi Strategi Diferensiasi

Philip Kotler menyebutkan bahwa perusahaan mendiferensiasikan tawaran pasarnya kedalam beberapa dimensi, yaitu:

### 1) Diferensiasi Produk

Produk-produk fisik bervariasi dalam potensi mereka untuk didiferensiasi. Banyak produk dapat didiferensiasi berdasar bentuk, ukuran, model, atau struktur fisik produk. Perusahaan dapat merancang perbedaan produknya melalui fitur untuk melengkapi fungsi dasar produk, mutu kinerja: level berlakunya karakteristik dasar produk, mutu kesesuaian: tingkat pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan, daya tahan: ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal/berat, keandalan: ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan rusak/gagal dalam periode waktu tertentu, kemudahan perbaikan: kemudahan memperbaiki produk ketika rusak, gaya: menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi pembeli, dan rancangan: totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi produk tertentu menurut yang diisyaratkan oleh pelanggan.<sup>23</sup>

## 2) Diferensiasi Pelayanan

Jika produk fisik tidak mudah terdiferensiasi, kunci keberhasilan dalam persaingan sering terletak pada penambahan jasa atau pelayanan yang menambah nilai serta perbaikan mutu fisik produk itu. Pembeda utama layanan adalah kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pelanggan, konsultasi pelanggan, serta pemeliharaan dan perbaikan. Kemudahan pemesanan mengacu

---

<sup>23</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, trj. Benyamin Molan, edisi 12, jilid 2, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 9-11.

pada seberapa mudah pelanggan dapat melakukan pemesanan ke perusahaan. Pengiriman mengacu pada seberapa baik produk/jasa diserahkan kepada pelanggan. Pemasangan mengacu pada pekerjaan yang dilakukan untuk membuat produk tertentu beroperasi di lokasi yang direncanakan. Pelatihan pelanggan mengacu pada pelatihan para pegawai pelanggan untuk menggunakan peralatan dari penjual secara tepat dan efisien. Konsultasi pelanggan mengacu pada pelayanan data, sistem informasi, dan saran yang diberikan penjual kepada pembeli. Pemeliharaan dan perbaikan merupakan program pelayanan perusahaan untuk membantu pelanggan menjaga produk yang mereka beli senantiasa dalam kondisi kerja yang baik.<sup>24</sup>

### 3) Diferensiasi Personil

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang kuat dengan mempekerjakan dan melatih orang-orang lebih baik. Personalia yang terlatih menunjukkan enam karakteristik, yaitu: kemampuan: memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan, kesopanan: ramah, menghormati, dan penuh perhatian, kredibilitas: dapat dipercaya, dapat diandalkan: memberikan pelayanan secara konsisten dan akurat, cepat tanggap: cepat menanggapi permasalahan dan permintaan konsumen, dan komunikatif: berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 12-14.

<sup>25</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, jilid 1, hlm. 386.

#### 4) Diferensiasi Saluran Distribusi

Perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing melalui cara mereka merancang saluran distribusi, terutama yang menyangkut jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran-saluran tersebut.<sup>26</sup>

#### 5) Diferensiasi citra

Diferensiasi dapat pula dilakukan dengan membangun persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk. Agar diterima dengan baik oleh pembeli, perusahaan perlu membuat citra yang khas agar pembeda tersebut dapat menancap kuat di benak konsumen. Para pembeli memiliki tanggapan berbeda terhadap citra perusahaan atau merek. Identitas dan citra perlu dibedakan. Identitas terdiri dari berbagai cara yang dimaksudkan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi atau memposisikan diri/produknya. Sedangkan citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya.<sup>27</sup>

#### c. Persyaratan Strategi Diferensiasi

Porter mengemukakan beberapa implikasi umum dari strategi generik dalam bidang yang berbeda-beda. Adapun dalam melakukan diferensiasi diperlukan persyaratan ketrampilan dan sumber daya yang umum diperlukan sebagai berikut:

##### 1) kemampuan pemasaran yang kuat

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 387.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 388.

- 2) rekayasa produk
- 3) kemampuan kreatif
- 4) kemampuan yang kuat dalam riset dasar
- 5) reputasi perusahaan dalam hal kepeloporan kualitas atau teknologi
- 6) tradisi yang panjang dalam industri atau kombinasi yang khas dari ketrampilan-ketrampilan yang didapat dari bisnis-bisnis lain
- 7) kerjasama yang erat dengan saluran distribusi

Sedangkan persyaratan strategi diferensiasi yang lazim bagi organisasi, yaitu:

- 1) koordinasi yang kuat diantara fungsi-fungsi pada Litbang, pengembangan produk, dan pemasaran
- 2) pengukuran dan insentif subjektif sebagai ganti pengukuran kuantitatif
- 3) fasilitas untuk menarik tenaga kerja yang sangat terampil, ilmuwan, atau orang yang kreatif.<sup>28</sup>

## 2. Keunggulan Bersaing

### a. Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah kemampuan perusahaan melakukan dengan baik satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tidak akan ditandingi para pesaing.<sup>29</sup> Selain itu, keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba

---

<sup>28</sup> Michael E. Porter, *strategi Bersaing (Competitif Strategy)*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007), hlm.78.

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, hlm. 184.

lebih tinggi daripada laba rata-rata. Keunggulan bersaing dapat pula didefinisikan sebagai sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pesaing dalam industri.

Ada hubungan yang erat dan langsung antara keunggulan bersaing dengan keuntungan. Semakin kuat keunggulan yang dimiliki akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh dan begitu pula sebaliknya.<sup>30</sup> Apapun keunggulan bersaingnya, keunggulan itu harus dilihat oleh pelanggan sebagai keunggulan pelanggan. Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan yang tinggi, maka dihasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan juga menjadi tinggi.<sup>31</sup>

Dalam memperoleh suatu keunggulan bersaing, perusahaan harus menganalisa sumber-sumber daya yang dimiliki untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatannya dalam rangka membangun suatu kemampuan (*capability*) untuk mencapai keunggulan tersebut.<sup>32</sup> Kemampuan tersebut nantinya akan berperan sebagai bekal untuk meraih keunggulan bersaing secara terus menerus.

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan seringkali berkaitan dengan kompetensi inti perusahaan yaitu sumber daya dan kapabilitasnya.

---

<sup>30</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hlm. 61.

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, hlm. 185.

<sup>32</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hlm. 61.

Sumber daya tersebut perlu dikembangkan dan diperbaiki sehingga potensi yang dimilikinya memiliki nilai tambah yang besar dan dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama karena tidak mudah untuk dapat ditiru oleh para pesaing. Kualitas sumber daya makin baik, akan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.<sup>33</sup>

b. Dimensi Keunggulan Bersaing

Menurut Agustinus Sri Wahyudi, keunggulan bersaing yang dapat digunakan perusahaan yaitu melalui:<sup>34</sup>

1) Harga

Harga dalam arti sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>35</sup> Harga dapat pula dipahami sebagai jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya.<sup>36</sup> Pemahaman konsumen terhadap harga mempunyai dampak yang penting terhadap penetapan kebijakan harga. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penetapan harga suatu produk antara lain kesesuaian harga dan

---

<sup>33</sup> Sampurno, *Manajemen Strategik*, hlm. 157.

<sup>34</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hlm. 61.

<sup>35</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345.

<sup>36</sup> Basu Swastha, *Pengantar Bisnis Modern* (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern), cet. ke-7, (Yogyakarta: Liberty, 1999), hlm. 211.

tingkat harga, yang menjadikan harga berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen.<sup>37</sup>

## 2) Pangsa pasar

Pangsa pasar merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase.<sup>38</sup> Pangsa pasar bersifat dinamis karena bisa berfluktuasi, misalnya menurut waktu/ periode penjualan, bertambah/ berkurangnya jumlah pesaing, dan sebagainya. Perubahan pangsa pasar harus dipantau secara cermat berdasarkan lini produk, tipe pelanggan, wilayah pemasaran, dan kriteria lainnya. Kotler dalam Fandy Tjiptono mengemukakan komponen pokok pangsa pasar total yaitu tingkat penetrasi (persentase total) pelanggan, loyalitas pelanggan, selektivitas (ukuran atau banyaknya pembelian) pelanggan, dan selektivitas harga (harga rata-rata yang dibebankan oleh perusahaan).<sup>39</sup>

## 3) Merek

Merek merupakan nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan

---

<sup>37</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi ke-8, (Yogyakarta: Andi Offset, 1998), hlm. 157.

<sup>38</sup> Sofyan Assauri, *Pangsa Pasar*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, 2001), hlm. 95.

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, (Yogyakarta: J&J Learning, 2000) hlm. 73.

membedakan produk itu dari produk pesaing.<sup>40</sup> Penggunaan merek memiliki berbagai macam tujuan, yaitu sebagai identitas perusahaan, alat promosi, membina citra, serta mengendalikan dan mendominasi pasar. Sebuah merek bisa memiliki posisi sangat kuat dan menjadi model/ ekuitas bila memiliki kesadaran merek (dikenal konsumen), asosiasi merek (mencerminkan kesan tertentu), persepsi kualitas, maupun loyalitas merek.<sup>41</sup>

#### 4) Kualitas produk

Kualitas produk diartikan sebagai karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.<sup>42</sup> Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kualitas produk adalah kinerja (karakteristik pokok dari produk yang dihasilkan), karakteristik tambahan (keistimewaan tambahan yang diberikan), kesesuaian karakteristik dengan standar yang telah ditetapkan, kehandalan (produk minim kecacatan), daya tahan, pelayanan yang diperlukan oleh pelanggan, estetika (menarik atau tidaknya bentuk fisik produk), persepsi (citra kualitas produk yang telah terbangun).<sup>43</sup>

#### 5) Kepuasan konsumen

---

<sup>40</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, hlm. 275.

<sup>41</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, hlm. 42.

<sup>42</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, hlm. 272-273.

<sup>43</sup> Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004),

Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>44</sup> Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain yaitu aspek barang dan jasa (penilaian konsumen terhadap fitur barang dan jasa), aspek emosi konsumen, aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa, aspek persepsi atas persamaan atau keadilan yang dirasakan konsumen dalam mendapatkan produk maupun pelayanan, dan kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh orang lain.<sup>45</sup> Adapun dimensi kepuasan konsumen terbagi menjadi komunikasi, kepercayaan, keamanan, memahami pelanggan, bukti fisik (pelayanan yang diberikan pada konsumen dapat diukur atau dibuat standarnya), konsistensi kerja, daya tanggap, kemampuan, akses, kesopanan.<sup>46</sup>

#### 6) Jalur distribusi

Distribusi merupakan program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan

---

<sup>44</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, hlm. 177.

<sup>45</sup> Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: SDM, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 20-21.

<sup>46</sup> Dorothea Wahyu Ariani, *Pengendalian Kualitas Statistik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 8.

nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan/ utilitas bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan serta memperlancar arus saluran pemasaran secara fisik dan non fisik.<sup>47</sup> Adapun saluran (jalur) distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk dari penjual ke pembeli akhir. Sistem distribusi dapat mencakup partisipan saluran primer (pedagang grosir, pengecer), spesialis (perusahaan angkutan, perdagangan publik, dll), *facilitating* (bank, perusahaan komunikasi, perusahaan riset pemasaran, dll). Struktur saluran distribusi ditentukan oleh tiga elemen, yaitu tugas dan aktivitas yang dilakukan perantara, tipe distributor, dan jumlah masing-masing tipe distributor.<sup>48</sup>

#### c. Karakteristik Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing memiliki lima karakteristik sebagai berikut:

##### 1) Kompetensi Inti

Keunggulan bersaing merupakan hal khusus dan unik yang dimiliki atau dilakukan perusahaan yang memberinya kekuatan untuk mengalahkan pesaing. Kompetensi ini bisa berwujud merek yang menimbulkan persepsi kualitas tinggi atau dominasi atas saluran distribusi.

---

<sup>47</sup> Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 217.

<sup>48</sup> *Ibid.*, hlm. 221.

## 2) Menciptakan Persaingan yang Tidak Sempurna

Pada hakikatnya keunggulan bersaing diperoleh dengan menciptakan persaingan yang tidak sempurna. Pemasar dapat memperoleh keunggulan bersaing dengan jalan beralih atau menghindari pasar persaingan sempurna. Melalui terciptanya keunggulan dalam distribusi, maka perusahaan lain akan sulit masuk pasar. Dengan demikian, konsep keunggulan bersaing berlawanan dengan model ekonomi persaingan sempurna.

## 3) Berkesinambungan

Keunggulan bersaing harus bersifat berkesinambungan, bukan sementara. Keunggulan bersaing yang baik adalah yang tidak mudah ditiru oleh pesaing. Memang hal ini sangat sulit dilakukan, tetapi bila berhasil maka kesuksesan perusahaan dapat bertahan lama.

## 4) Kesesuaian dengan Lingkungan Eksternal

Keunggulan bersaing dapat diraih dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar secara lebih baik. Apa yang dilakukan suatu perusahaan dapat menjadi keunggulan atau kelemahan tergantung pada permintaan lingkungan eksternal, karena lingkungan eksternal bisa merupakan peluang sekaligus ancaman bagi setiap perusahaan.

## 5) Laba yang Lebih Besar daripada Laba Rata-Rata dalam Industri

Sasaran akhir keunggulan bersaing adalah untuk memperoleh laba yang lebih besar daripada laba rata-rata. Porter

menyatakan bahwa sasaran keunggulan bersaing adalah untuk menciptakan posisi yang *profitable* dan *sustainable* guna mengatasi kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan suatu industri.<sup>49</sup>

### 3. Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing

Strategi diferensiasi merupakan unsur pembeda yang dimiliki pelaku usaha untuk membedakan dirinya dengan para pesaing melalui nilai terbaik yang diberikan pada konsumen. Diferensiasi dapat diciptakan melalui beberapa dimensi, yaitu: produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan,<sup>50</sup> personil yang melayani, saluran distribusi yang dijalankan, dan citra yang ingin disampaikan pada konsumen.<sup>51</sup> Bila strategi diferensiasi mampu dan sukses dilakukan, maka perusahaan bisa melakukan cara yang sulit atau tidak dapat ditandingi kompetitor lain. Itulah keunggulan bersaing perusahaan, yang akan mampu membuat bertahan dalam persaingan usaha.

Perusahaan perlu menganalisa sumber-sumber daya yang ada guna mengetahui kemampuan yang dimiliki dalam menghadapi persaingan. Harga, pangsa pasar, merek, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan jalur distribusi<sup>52</sup> merupakan beberapa keunggulan bersaing yang dapat digunakan oleh perusahaan. Keunggulan bersaing itu pula yang memungkinkan produk diminati pasar dan perusahaan memperoleh keuntungan tinggi. Jika strategi

---

<sup>49</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, hlm. 11-13.

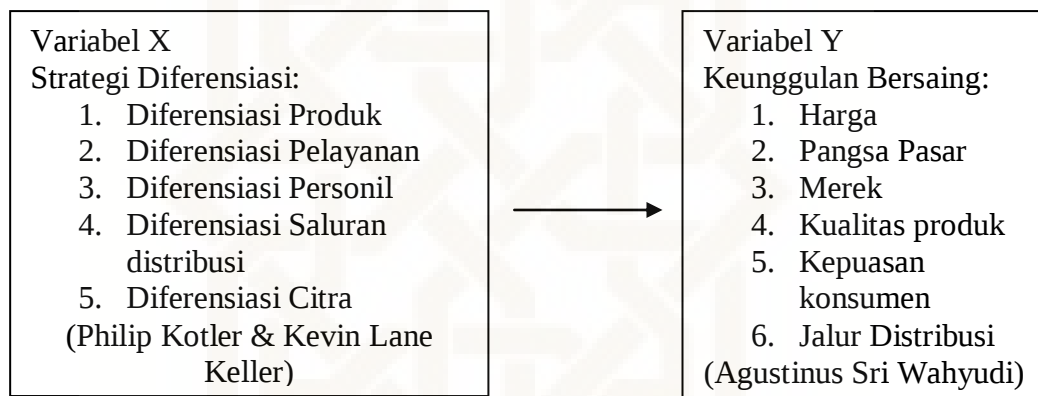
<sup>50</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, jilid 2, hlm. 9-12.

<sup>51</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 12, jilid 1, hlm. 386-388.

<sup>52</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, hlm. 61.

diferensiasi dilakukan dan barang atau jasa yang diproduksi akan mempunyai nilai lebih, maka hal itu kemudian dapat digunakan untuk memperkuat sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga dapat mencapai keunggulan bersaing yang terus-menerus.

Gambar 1.1  
Kerangka Berpikir



## H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan uraian mengenai strategi diferensiasi dan keunggulan bersaing maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta.

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RSCM) Gedongkuning Yogyakarta.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasar hasil penelitian pada bab IV, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara strategi diferensiasi terhadap keunggulan bersaing di RCSM Gedongkuning Yogyakarta.
2. Strategi diferensiasi memberikan kontribusi pengaruh sebesar 61,3% terhadap keunggulan bersaing di RCSM Gedongkuning Yogyakarta, sedangkan sisanya yang sebesar 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **B. Saran**

Berdasar hasil penelitian, peneliti mencoba memberikan saran yang dapat digunakan untuk menindaklanjuti hasil penelitian ini bagi pihak RCSM Gedongkuning Yogyakarta dan bagi penelitian selanjutnya. Berikut adalah saran yang peneliti rumuskan berkaitan dengan strategi diferensiasi dan keunggulan bersaing.

1. Bagi RCSM Gedongkuning Yogyakarta
  - a. RCSM Gedongkuning Yogyakarta hendaknya mempertahankan dan lebih memperhatikan lagi strategi diferensiasi yang sudah dilakukan sehingga nilai pembeda yang dimiliki RCSM Gedongkuning Yogyakarta dapat menjadi lebih baik lagi. Strategi diferensiasi tersebut dapat ditingkatkan melalui kualitas dan inovasi produk atau

layanan kecantikan dan kesehatan yang disediakan maupun cara memberikan pelayanan sehingga *customer* menjadi sangat puas dan mempunyai kesan baik yang mendalam terhadap RCSM. Selain itu langkah yang juga dapat dilakukan antara lain: meningkatkan dan mengembangkan kemampuan para personil sehingga menjadi SDM yang terlatih dan profesional untuk mengelola dan memajukan RCSM Gedongkuning Yogyakarta, memanfaatkan kelebihan yang telah dimiliki seperti misalnya jaringan kerja/ distribusi untuk menyampaikan *core value* RCSM, serta membangun citra yang unik dan kuat agar cepat dipahami dan menancap di benak *customer* sehingga mampu menciptakan loyalitas pada RCSM.

- b. Keunggulan Bersaing RCSM Gedongkuning Yogyakarta akan semakin baik bila RCSM mampu menggali kompetensi intinya untuk menjalankan strategi bisnis secara efektif dan efisien. RCSM dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (kondisi internalnya) untuk membangun kemampuan dan sumber daya yang unggul. Sumber daya dan kemampuan tersebut perlu senantiasa dikembangkan/ diperbaiki agar mampu menyesuaikan diri dengan kondisi eksternal (peluang atau ancaman) yang mempengaruhi perusahaan. Lebih baik lagi bila kemampuan dan sumber daya yang menjadi nilai unggul bagi RCSM didukung oleh strategi diferensiasi yang dibentuk pada poin dimensi yang berhubungan erat. Misalnya, kepuasan konsumen didukung oleh pelayanan yang baik, atau kualitas produk didukung oleh produk yang

menarik dan bermutu tinggi, dll. Bila semua hal itu mampu dipertahankan terus menerus maka tidak menutup kemungkinan bahwa keunggulan bersaing dapat tercapai dan tetap eksis di arena persaingan usaha.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan tema sejenis namun menggunakan teori yang berbeda. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori strategi diferensiasi dari Philip Kotler. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan strategi diferensiasi menggunakan teori Hermawan Kertajaya, Michael Porter, Agustinus Sri Wahyudi atau yang lainnya. Selain itu dapat pula menambah variabel lain selain strategi diferensiasi untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010.
- Ariani, Dorothea Wahyu, *Pengendalian Kualitas Statistik*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Assauri, Sofyan, *Pangsa Pasar*, Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, 2001.
- Chandra, Gregorius, *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV. Diponegoro, 2010
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Fadilla, Nanda, "Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing Ritel Modern (Kasus Hypermart Mall SKA Pekanbaru)", *JOM FISIP*, Vol.2, No. 2, Oktober 2015.
- Hariadi, Bambang, *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, Malang: Banyumedia Publishing, 2005.
- Jasfar, Farida, *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: SDM, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Kartajaya, Hermawan, *Hermawan Kartajaya on Differentiation*, Bandung: Mizan, 2004.
- Khotijsh, Siti, *Smart Strategy of Marketing: Persaingan Pasar Global*, Bandung: Alfabeta, 2004.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Trj. Benyamin Molan, Edisi 12. Jilid 1, Jakarta: Indeks, 2007.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Trj. Benyamin Molan, Edisi 12. Jilid 2, Jakarta: Indeks, 2007.

- Lestari, Endah Prapti, *Pemasaran Strategik: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Nugroho, Reza Adhi, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada Maskapai Penerbangan (Studi pada Maskapai Penerbangan Lion Air di Kota Semarang)”, ttp., tnp., tt.
- Paryanti, Ratna, “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)”, *JOM FISIP*, Vol.2, no.2, Oktober 2015.
- Porter, Michael E, *Strategi Bersaing (Competitif Strategy)*, Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007.
- Priyanto, Duwi, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Ramadhani, Dini Suci, “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Konsumen Damarindo Digital Printing di Padang)”. *Kumpulan Journal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*, Vol. 1, No. 1, 2013.
- Sampurno, *Manajemen Strategik: Menviptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sunyoto, Danang, *Uji KHI Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Swastha, Basu, *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, cet. ke-7, Yogyakarta: Liberty, 1999.
- Syukri, Ahmad, “Pengaruh Penerapan Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Speedy di PT. Telkom Divisi Regional III Jabar dan Banten”, *Skripsi*, Bandung: Universitas Komputer Indonesia, 2010.
- Tampi, Nicky Hannry Ronaldo, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan, dan Diferensiasi Citra terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada PT. Telkomsel Grapari Manado)”, *Jurnal EMBA*, vol.3, no.4, Desember 2015.
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2014.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, Yogyakarta: J & J Learning, 2000.

Vernon, Mark, *Bisnis: the Key Concepts*, Trj Salim Darmidi, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Wahyudi, Agustinus Sri, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1996.

Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonosia, 2004.

Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

<http://www.konsistensi.com/2013/04/uji-linearitas-data-dengan-program-spss.html>

<http://konsultanstatistik.com/2011/07/kofisien-determinasi-pada-regresi.html>

<http://www.rscmjogjamu.com>

[http://www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf\\_thesis/unud-1359-1516399969-tabel-r\\_2.pdf](http://www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf_thesis/unud-1359-1516399969-tabel-r_2.pdf)

## KUESIONER

### PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI RUMAH CANTIK SEHAT MUSLIMAH (RCSM) YOGYAKARTA

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan guna penyusunan skripsi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka dengan kerendahan hati saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini. Tujuan kuesioner ini untuk mengetahui strategi diferensiasi dan keunggulan bersaing pada RCSM Yogyakarta.

Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner ini. Bantuan serta partisipasi Anda sangat berarti untuk saya. Semoga akan bermanfaat untuk menambah wawasan serta menjadi amal kebaikan Anda semua. Atas kerjasama dan kesediaannya saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Mei 2016

Hormat saya,

Bunga Ayu V.

#### A. Identitas Responden

Mohon memberi tanda (X) pada pilihan identitas responden di bawah ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

1. Nama :
2. Usia :
  - a. Di bawah 20 tahun
  - b. 20 – 30 tahun
  - c. 31 – 40 tahun
  - d. 41 – 50 tahun
  - e. Di atas 50 tahun
3. Pekerjaan :
  - a. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
  - b. Karyawan Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Pelajar / Mahasiswa
  - e. Lainnya
4. Penghasilan : (per bulan)
  - a. Di bawah Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000
  - c. Rp2.600.000 - Rp 5.000.000
  - d. Di atas Rp 5.000.000

**B. Kuesioner**

Mohon mengisi daftar pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda (V) pada alternatif jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Anda.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

| Variabel X (Strategi Diferensiasi) |                                                                                             |    |   |    |     |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| Diferensiasi Produk                |                                                                                             |    |   |    |     |
| No                                 | Pernyataan                                                                                  | SS | S | TS | STS |
| 1                                  | RCSM menawarkan keanekaragaman produk layanan yang menarik                                  |    |   |    |     |
| 2.                                 | Produklayanan di RCSM sesuai selera saya                                                    |    |   |    |     |
| 3.                                 | Produk layanan yang ditawarkan RCSM memiliki kualitas tinggi                                |    |   |    |     |
| Diferensiasi Pelayanan             |                                                                                             |    |   |    |     |
| 4.                                 | Saya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan RCSM                                     |    |   |    |     |
| 5.                                 | Saya merasa pelayanan di RCSM mudah                                                         |    |   |    |     |
| 6.                                 | RCSM menyediakan layanan konsumen yang baik                                                 |    |   |    |     |
| Diferensiasi Personil              |                                                                                             |    |   |    |     |
| 7.                                 | Karyawan RCSM bertindak ramah dan sopan                                                     |    |   |    |     |
| 8.                                 | Karyawan RCSM selalu sigap dalam melayani                                                   |    |   |    |     |
| 9.                                 | Karyawan RCSM memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik                           |    |   |    |     |
| Diferensiasi Saluran Distribusi    |                                                                                             |    |   |    |     |
| 10.                                | Lokasi RCSM strategis                                                                       |    |   |    |     |
| 11.                                | RCSM mudah diakses                                                                          |    |   |    |     |
| 12.                                | Lokasi RCSM mudah ditemukan                                                                 |    |   |    |     |
| Diferensiasi Citra                 |                                                                                             |    |   |    |     |
| 13.                                | RCSM memiliki logo dan merk yang jelas sehingga mudah dikenali                              |    |   |    |     |
| 14.                                | RCSM memiliki nama yang terkenal sehingga membuat saya tertarik berkunjung di tempat ini    |    |   |    |     |
| 15.                                | RCSM memiliki kualitas yang baik dalam menyediakan layanannya maupun produk yang dihasilkan |    |   |    |     |
| Variabel Y (Keunggulan Bersaing)   |                                                                                             |    |   |    |     |
| Harga                              |                                                                                             |    |   |    |     |
| 16.                                | RCSM memiliki keunggulan pada harga yang ditawarkan                                         |    |   |    |     |
| 17.                                | RCSM memiliki harga yang terjangkau.                                                        |    |   |    |     |

| No                       | Pernyataan                                                                      | SS | S | TS | STS |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 18.                      | Harga yang ditawarkan RCSM sesuai dengan manfaat yang saya peroleh              |    |   |    |     |
| 19.                      | Harga yang ditawarkan RCSM sesuai dengan kualitas produk layanan yang diberikan |    |   |    |     |
| <b>Pangsa Pasar</b>      |                                                                                 |    |   |    |     |
| 20.                      | RCSM dikunjungi banyak <i>customer</i>                                          |    |   |    |     |
| 21.                      | Perawatan kecantikan dan kesehatan RCSM cocok untuk semua kalangan              |    |   |    |     |
| 22.                      | RCSM memiliki banyak cabang                                                     |    |   |    |     |
| <b>Merek</b>             |                                                                                 |    |   |    |     |
| 23.                      | RCSM adalah penyedia jasa layanan kecantikan yang Islami                        |    |   |    |     |
| 24.                      | RCSM adalah penyedia jasa layanan kecantikan yang aman                          |    |   |    |     |
| 25.                      | RCSM adalah salon dan spa muslimah                                              |    |   |    |     |
| 26.                      | Saya menyukai perawatan kecantikan dan kesehatan RCSM                           |    |   |    |     |
| <b>Kualitas Produk</b>   |                                                                                 |    |   |    |     |
| 27.                      | Produk-produk kosmetik di RCSM menggunakan bahan yang berkualitas               |    |   |    |     |
| 28.                      | Produk-produk kosmetik di RCSM mempunyai daya tahan yang baik                   |    |   |    |     |
| 29.                      | Saya cocok menggunakan produk layanan RCSM                                      |    |   |    |     |
| 30.                      | Produk layanan RCSM mampu memenuhi harapan dan kebutuhan saya                   |    |   |    |     |
| <b>Kepuasan Konsumen</b> |                                                                                 |    |   |    |     |
| 31.                      | Saya menikmati perawatan kecantikan dan kesehatan yang saya lakukan di RCSM     |    |   |    |     |
| 32.                      | Hasil kerja RCSM memuaskan                                                      |    |   |    |     |
| 33.                      | Saya menyarankan orang lain untuk datang ke RCSM                                |    |   |    |     |
| <b>Jalur Distribusi</b>  |                                                                                 |    |   |    |     |
| 34.                      | Saya mudah mendapatkan layanan di RCSM                                          |    |   |    |     |
| 35.                      | Saya mudah mendapatkan informasi tentang RCSM                                   |    |   |    |     |
| 36.                      | Saya mengetahui layanan apa saja yang ada di RCSM                               |    |   |    |     |

### Hasil Jawaban Kuesioner Responden Variabel Strategi Diferensiasi

|    | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | Jumlah |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| 1  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 50     |
| 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 45     |
| 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 50     |
| 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 59     |
| 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 58     |
| 6  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 57     |
| 7  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 51     |
| 8  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 52     |
| 9  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 50     |
| 10 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 49     |
| 11 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 52     |
| 12 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 51     |
| 13 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 59     |
| 14 | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 50     |
| 15 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 45     |
| 16 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 47     |
| 17 | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 57     |
| 18 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 52     |
| 19 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 45     |
| 20 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 2   | 3   | 53     |
| 21 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 44     |
| 22 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 45     |
| 23 | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 2   | 3   | 48     |
| 24 | 4  | 3  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 52     |
| 25 | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 56     |
| 26 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 52     |
| 27 | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 53     |
| 28 | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 48     |
| 29 | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 54     |
| 30 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 45     |
| 31 | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 54     |
| 32 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 2   | 2   | 2   | 3   | 42     |
| 33 | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 58     |
| 34 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 49     |
| 35 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 47     |
| 36 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 45     |
| 37 | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 50     |
| 38 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 49     |

[illegible]

### Hasil Jawaban Kuesioner Responden Variabel Keunggulan Bersaing

|    | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 | P31 | P32 | P33 | P34 | P35 | P36 | jumlah |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|
| 1  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 63     |
| 2  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 63     |
| 3  | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 62     |
| 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 83     |
| 5  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 81     |
| 6  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 82     |
| 7  | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 69     |
| 8  | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 72     |
| 9  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 67     |
| 10 | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 63     |
| 11 | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 61     |
| 12 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 72     |
| 13 | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 80     |
| 14 | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 69     |
| 15 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 63     |
| 16 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 62     |
| 17 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 2   | 71     |
| 18 | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 75     |
| 19 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 62     |
| 20 | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 71     |
| 21 | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 65     |
| 22 | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 60     |
| 23 | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 66     |

[illegible]

[illegible]

| DATA RESPONDEN |                     |      |           |             | Keterangan  |                     |   |
|----------------|---------------------|------|-----------|-------------|-------------|---------------------|---|
| No.            | Nama                | Usia | Pekerjaan | Penghasilan | Usia        | < 20 tahun          | 1 |
| 1              | Nurul               | 3    | 2         | 2           | Usia        | 20-30 tahun         | 2 |
| 2              | Essa Noorma Etistia | 2    | 2         | 3           |             | 31-40 tahun         | 3 |
| 3              | Rohmah              | 2    | 4         | 1           |             | 41-50 tahun         | 4 |
| 4              | Asih S.             | 4    | 1         | 4           |             | > 50 tahun          | 5 |
| 5              | Inas                | 1    | 4         | 1           |             |                     |   |
| 6              | Vita                | 2    | 2         | 3           | Pekerjaan   | PNS                 | 1 |
| 7              | Umi Nabil           | 3    | 1         | 4           |             | Karyawan Swasta     | 2 |
| 8              | Via Mifta           | 1    | 4         | 1           |             | Wiraswasta          | 3 |
| 9              | F                   | 2    | 3         | 3           |             | Pelajar/ Mahasiswa  | 4 |
| 10             | Dewi Sri Handayani  | 2    | 3         | 1           |             | Lainnya             | 5 |
| 11             | Eli                 | 3    | 1         | 4           | Penghasilan | < 1.000.000         | 1 |
| 12             | Ifta Fahmi          | 2    | 2         | 1           |             | 1.000.000-2.500.000 | 2 |
| 13             | Lisa Nur Candra     | 4    | 5         | 3           |             | 2.600.000-5.000.000 | 3 |
| 14             | Intan               | 2    | 4         | 3           |             | > 5.000.000         | 4 |
| 15             | Fatma S.F.          | 2    | 2         | 3           |             |                     |   |
| 16             | Suryati             | 3    | 2         | 2           |             |                     |   |
| 17             | Ruslina             | 4    | 1         | 4           |             |                     |   |
| 18             | Yudhiani            | 3    | 1         | 3           |             |                     |   |
| 19             | F                   | 3    | 1         | 3           |             |                     |   |
| 20             | Ika Lusitasari      | 2    | 2         | 2           |             |                     |   |
| 21             | Mita                | 2    | 2         | 4           |             |                     |   |
| 22             | Sri Wahyuni         | 4    | 2         | 2           |             |                     |   |
| 23             | Siti Maryatun       | 3    | 2         | 4           |             |                     |   |

|    |                            |   |   |   |
|----|----------------------------|---|---|---|
| 24 | Jasmine Aulia              | 1 | 4 | 1 |
| 25 | Nabila                     | 2 | 4 | 1 |
| 26 | Sri Hartatmi               | 5 | 5 | 3 |
| 27 | F                          | 2 | 4 | 1 |
| 28 | Siti Chomariah             | 5 | 3 | 3 |
| 29 | Hesty S.                   | 3 | 1 | 3 |
| 30 | Fasih                      | 2 | 4 | 1 |
| 31 | Asri                       | 2 | 4 | 2 |
| 32 | Ais                        | 4 | 1 | 3 |
| 33 | Suryane Sugestiana         | 2 | 2 | 4 |
| 34 | Hanifah Rahmi F.           | 2 | 2 | 2 |
| 35 | F                          | 4 | 3 | 4 |
| 36 | Mela Vitriana              | 2 | 2 | 2 |
| 37 | Alma                       | 2 | 4 | 2 |
| 38 | Erlinda                    | 2 | 2 | 2 |
| 39 | F                          | 4 | 1 | 3 |
| 40 | Diah Ayu K.                | 2 | 5 | 4 |
| 41 | Dewi Masithoh              | 2 | 5 | 2 |
| 42 | Sri Ningsih                | 3 | 1 | 3 |
| 43 | Soffi W.P.                 | 3 | 1 | 2 |
| 44 | Dwi                        | 3 | 2 | 3 |
| 45 | Nadhifah Sekar Tanjung     | 2 | 4 | 1 |
| 46 | Reformas Dwi Septyaningrum | 1 | 4 | 1 |
| 47 | Yudit                      | 5 | 2 | 2 |
| 48 | Rina Prawita Sari          | 2 | 2 | 1 |
| 49 | Marina Z.                  | 2 | 4 | 2 |

|    |                  |   |   |   |
|----|------------------|---|---|---|
| 50 | Anik             | 1 | 4 | 1 |
| 51 | F                | 2 | 2 | 2 |
| 52 | Nia              | 2 | 2 | 2 |
| 53 | F                | 5 | 5 | 3 |
| 54 | Kristin          | 2 | 4 | 2 |
| 55 | Asar J.R.        | 3 | 1 | 4 |
| 56 | Riza             | 2 | 4 | 1 |
| 57 | F                | 4 | 1 | 3 |
| 58 | Fitri Rahmawati  | 2 | 4 | 1 |
| 59 | Yune Atin        | 1 | 4 | 2 |
| 60 | F                | 3 | 2 | 2 |
| 61 | Wiwid Susilowati | 2 | 5 | 2 |
| 62 | F                | 3 | 5 | 2 |
| 63 | Venty Ekawati    | 2 | 4 | 2 |
| 64 | Rina             | 2 | 2 | 2 |
| 65 | Maya             | 4 | 5 | 1 |
| 66 | Zidni Puteri     | 1 | 4 | 1 |
| 67 | Dwiana Rohmawati | 1 | 4 | 1 |
| 68 | Ryannova         | 2 | 4 | 1 |
| 69 | Fathimah         | 2 | 2 | 2 |
| 70 | Nanik Darwati    | 3 | 3 | 3 |
| 71 | Yanika Cahya     | 2 | 4 | 1 |
| 72 | Is Endang        | 3 | 1 | 3 |
| 73 | Laksmi           | 4 | 2 | 3 |
| 74 | Netie R.         | 3 | 5 | 3 |
| 75 | Intan            | 2 | 2 | 3 |

\*F: tidak mau mengisi nama

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)  
df = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi  
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Tabel r untuk df = 1 - 50

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 1          | 0.9877                                   | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2          | 0.9000                                   | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3          | 0.8054                                   | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4          | 0.7293                                   | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5          | 0.6694                                   | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6          | 0.6215                                   | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7          | 0.5822                                   | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8          | 0.5494                                   | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9          | 0.5214                                   | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10         | 0.4973                                   | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11         | 0.4762                                   | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12         | 0.4575                                   | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13         | 0.4409                                   | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14         | 0.4259                                   | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15         | 0.4124                                   | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16         | 0.4000                                   | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17         | 0.3887                                   | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18         | 0.3783                                   | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19         | 0.3687                                   | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20         | 0.3598                                   | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21         | 0.3515                                   | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22         | 0.3438                                   | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23         | 0.3365                                   | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24         | 0.3297                                   | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25         | 0.3233                                   | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26         | 0.3172                                   | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27         | 0.3115                                   | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28         | 0.3061                                   | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29         | 0.3009                                   | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30         | 0.2960                                   | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31         | 0.2913                                   | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32         | 0.2869                                   | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33         | 0.2826                                   | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34         | 0.2785                                   | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35         | 0.2746                                   | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36         | 0.2709                                   | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37         | 0.2673                                   | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38         | 0.2638                                   | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39         | 0.2605                                   | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40         | 0.2573                                   | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41         | 0.2542                                   | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42         | 0.2512                                   | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43         | 0.2483                                   | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44         | 0.2455                                   | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45         | 0.2429                                   | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46         | 0.2403                                   | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47         | 0.2377                                   | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48         | 0.2353                                   | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49         | 0.2329                                   | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50         | 0.2306                                   | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

Tabel r untuk df = 51 - 100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 51         | 0.2284                                   | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52         | 0.2262                                   | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53         | 0.2241                                   | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54         | 0.2221                                   | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55         | 0.2201                                   | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56         | 0.2181                                   | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57         | 0.2162                                   | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58         | 0.2144                                   | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59         | 0.2126                                   | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60         | 0.2108                                   | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61         | 0.2091                                   | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62         | 0.2075                                   | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63         | 0.2058                                   | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64         | 0.2042                                   | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65         | 0.2027                                   | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66         | 0.2012                                   | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67         | 0.1997                                   | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68         | 0.1982                                   | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69         | 0.1968                                   | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70         | 0.1954                                   | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71         | 0.1940                                   | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72         | 0.1927                                   | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73         | 0.1914                                   | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74         | 0.1901                                   | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75         | 0.1888                                   | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76         | 0.1876                                   | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77         | 0.1864                                   | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78         | 0.1852                                   | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79         | 0.1841                                   | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80         | 0.1829                                   | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81         | 0.1818                                   | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82         | 0.1807                                   | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83         | 0.1796                                   | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84         | 0.1786                                   | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85         | 0.1775                                   | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86         | 0.1765                                   | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87         | 0.1755                                   | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88         | 0.1745                                   | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89         | 0.1735                                   | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90         | 0.1726                                   | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91         | 0.1716                                   | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92         | 0.1707                                   | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93         | 0.1698                                   | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94         | 0.1689                                   | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95         | 0.1680                                   | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96         | 0.1671                                   | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97         | 0.1663                                   | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98         | 0.1654                                   | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99         | 0.1646                                   | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100        | 0.1638                                   | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

Tabel r untuk df = 101 - 150

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 101        | 0.1630                                   | 0.1937 | 0.2290 | 0.2528 | 0.3196 |
| 102        | 0.1622                                   | 0.1927 | 0.2279 | 0.2515 | 0.3181 |
| 103        | 0.1614                                   | 0.1918 | 0.2268 | 0.2504 | 0.3166 |
| 104        | 0.1606                                   | 0.1909 | 0.2257 | 0.2492 | 0.3152 |
| 105        | 0.1599                                   | 0.1900 | 0.2247 | 0.2480 | 0.3137 |
| 106        | 0.1591                                   | 0.1891 | 0.2236 | 0.2469 | 0.3123 |
| 107        | 0.1584                                   | 0.1882 | 0.2226 | 0.2458 | 0.3109 |
| 108        | 0.1576                                   | 0.1874 | 0.2216 | 0.2446 | 0.3095 |
| 109        | 0.1569                                   | 0.1865 | 0.2206 | 0.2436 | 0.3082 |
| 110        | 0.1562                                   | 0.1857 | 0.2196 | 0.2425 | 0.3068 |
| 111        | 0.1555                                   | 0.1848 | 0.2186 | 0.2414 | 0.3055 |
| 112        | 0.1548                                   | 0.1840 | 0.2177 | 0.2403 | 0.3042 |
| 113        | 0.1541                                   | 0.1832 | 0.2167 | 0.2393 | 0.3029 |
| 114        | 0.1535                                   | 0.1824 | 0.2158 | 0.2383 | 0.3016 |
| 115        | 0.1528                                   | 0.1816 | 0.2149 | 0.2373 | 0.3004 |
| 116        | 0.1522                                   | 0.1809 | 0.2139 | 0.2363 | 0.2991 |
| 117        | 0.1515                                   | 0.1801 | 0.2131 | 0.2353 | 0.2979 |
| 118        | 0.1509                                   | 0.1793 | 0.2122 | 0.2343 | 0.2967 |
| 119        | 0.1502                                   | 0.1786 | 0.2113 | 0.2333 | 0.2955 |
| 120        | 0.1496                                   | 0.1779 | 0.2104 | 0.2324 | 0.2943 |
| 121        | 0.1490                                   | 0.1771 | 0.2096 | 0.2315 | 0.2931 |
| 122        | 0.1484                                   | 0.1764 | 0.2087 | 0.2305 | 0.2920 |
| 123        | 0.1478                                   | 0.1757 | 0.2079 | 0.2296 | 0.2908 |
| 124        | 0.1472                                   | 0.1750 | 0.2071 | 0.2287 | 0.2897 |
| 125        | 0.1466                                   | 0.1743 | 0.2062 | 0.2278 | 0.2886 |
| 126        | 0.1460                                   | 0.1736 | 0.2054 | 0.2269 | 0.2875 |
| 127        | 0.1455                                   | 0.1729 | 0.2046 | 0.2260 | 0.2864 |
| 128        | 0.1449                                   | 0.1723 | 0.2039 | 0.2252 | 0.2853 |
| 129        | 0.1443                                   | 0.1716 | 0.2031 | 0.2243 | 0.2843 |
| 130        | 0.1438                                   | 0.1710 | 0.2023 | 0.2235 | 0.2832 |
| 131        | 0.1432                                   | 0.1703 | 0.2015 | 0.2226 | 0.2822 |
| 132        | 0.1427                                   | 0.1697 | 0.2008 | 0.2218 | 0.2811 |
| 133        | 0.1422                                   | 0.1690 | 0.2001 | 0.2210 | 0.2801 |
| 134        | 0.1416                                   | 0.1684 | 0.1993 | 0.2202 | 0.2791 |
| 135        | 0.1411                                   | 0.1678 | 0.1986 | 0.2194 | 0.2781 |
| 136        | 0.1406                                   | 0.1672 | 0.1979 | 0.2186 | 0.2771 |
| 137        | 0.1401                                   | 0.1666 | 0.1972 | 0.2178 | 0.2761 |
| 138        | 0.1396                                   | 0.1660 | 0.1965 | 0.2170 | 0.2752 |
| 139        | 0.1391                                   | 0.1654 | 0.1958 | 0.2163 | 0.2742 |
| 140        | 0.1386                                   | 0.1648 | 0.1951 | 0.2155 | 0.2733 |
| 141        | 0.1381                                   | 0.1642 | 0.1944 | 0.2148 | 0.2723 |
| 142        | 0.1376                                   | 0.1637 | 0.1937 | 0.2140 | 0.2714 |
| 143        | 0.1371                                   | 0.1631 | 0.1930 | 0.2133 | 0.2705 |
| 144        | 0.1367                                   | 0.1625 | 0.1924 | 0.2126 | 0.2696 |
| 145        | 0.1362                                   | 0.1620 | 0.1917 | 0.2118 | 0.2687 |
| 146        | 0.1357                                   | 0.1614 | 0.1911 | 0.2111 | 0.2678 |
| 147        | 0.1353                                   | 0.1609 | 0.1904 | 0.2104 | 0.2669 |
| 148        | 0.1348                                   | 0.1603 | 0.1898 | 0.2097 | 0.2660 |
| 149        | 0.1344                                   | 0.1598 | 0.1892 | 0.2090 | 0.2652 |
| 150        | 0.1339                                   | 0.1593 | 0.1886 | 0.2083 | 0.2643 |

Tabel r untuk df = 151 - 200

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah |        |        |        |        |
|------------|------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
|            | 0.05                                     | 0.025  | 0.01   | 0.005  | 0.0005 |
|            | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah  |        |        |        |        |
|            | 0.1                                      | 0.05   | 0.02   | 0.01   | 0.001  |
| 151        | 0.1335                                   | 0.1587 | 0.1879 | 0.2077 | 0.2635 |
| 152        | 0.1330                                   | 0.1582 | 0.1873 | 0.2070 | 0.2626 |
| 153        | 0.1326                                   | 0.1577 | 0.1867 | 0.2063 | 0.2618 |
| 154        | 0.1322                                   | 0.1572 | 0.1861 | 0.2057 | 0.2610 |
| 155        | 0.1318                                   | 0.1567 | 0.1855 | 0.2050 | 0.2602 |
| 156        | 0.1313                                   | 0.1562 | 0.1849 | 0.2044 | 0.2593 |
| 157        | 0.1309                                   | 0.1557 | 0.1844 | 0.2037 | 0.2585 |
| 158        | 0.1305                                   | 0.1552 | 0.1838 | 0.2031 | 0.2578 |
| 159        | 0.1301                                   | 0.1547 | 0.1832 | 0.2025 | 0.2570 |
| 160        | 0.1297                                   | 0.1543 | 0.1826 | 0.2019 | 0.2562 |
| 161        | 0.1293                                   | 0.1538 | 0.1821 | 0.2012 | 0.2554 |
| 162        | 0.1289                                   | 0.1533 | 0.1815 | 0.2006 | 0.2546 |
| 163        | 0.1285                                   | 0.1528 | 0.1810 | 0.2000 | 0.2539 |
| 164        | 0.1281                                   | 0.1524 | 0.1804 | 0.1994 | 0.2531 |
| 165        | 0.1277                                   | 0.1519 | 0.1799 | 0.1988 | 0.2524 |
| 166        | 0.1273                                   | 0.1515 | 0.1794 | 0.1982 | 0.2517 |
| 167        | 0.1270                                   | 0.1510 | 0.1788 | 0.1976 | 0.2509 |
| 168        | 0.1266                                   | 0.1506 | 0.1783 | 0.1971 | 0.2502 |
| 169        | 0.1262                                   | 0.1501 | 0.1778 | 0.1965 | 0.2495 |
| 170        | 0.1258                                   | 0.1497 | 0.1773 | 0.1959 | 0.2488 |
| 171        | 0.1255                                   | 0.1493 | 0.1768 | 0.1954 | 0.2481 |
| 172        | 0.1251                                   | 0.1488 | 0.1762 | 0.1948 | 0.2473 |
| 173        | 0.1247                                   | 0.1484 | 0.1757 | 0.1942 | 0.2467 |
| 174        | 0.1244                                   | 0.1480 | 0.1752 | 0.1937 | 0.2460 |
| 175        | 0.1240                                   | 0.1476 | 0.1747 | 0.1932 | 0.2453 |
| 176        | 0.1237                                   | 0.1471 | 0.1743 | 0.1926 | 0.2446 |
| 177        | 0.1233                                   | 0.1467 | 0.1738 | 0.1921 | 0.2439 |
| 178        | 0.1230                                   | 0.1463 | 0.1733 | 0.1915 | 0.2433 |
| 179        | 0.1226                                   | 0.1459 | 0.1728 | 0.1910 | 0.2426 |
| 180        | 0.1223                                   | 0.1455 | 0.1723 | 0.1905 | 0.2419 |
| 181        | 0.1220                                   | 0.1451 | 0.1719 | 0.1900 | 0.2413 |
| 182        | 0.1216                                   | 0.1447 | 0.1714 | 0.1895 | 0.2406 |
| 183        | 0.1213                                   | 0.1443 | 0.1709 | 0.1890 | 0.2400 |
| 184        | 0.1210                                   | 0.1439 | 0.1705 | 0.1884 | 0.2394 |
| 185        | 0.1207                                   | 0.1435 | 0.1700 | 0.1879 | 0.2387 |
| 186        | 0.1203                                   | 0.1432 | 0.1696 | 0.1874 | 0.2381 |
| 187        | 0.1200                                   | 0.1428 | 0.1691 | 0.1869 | 0.2375 |
| 188        | 0.1197                                   | 0.1424 | 0.1687 | 0.1865 | 0.2369 |
| 189        | 0.1194                                   | 0.1420 | 0.1682 | 0.1860 | 0.2363 |
| 190        | 0.1191                                   | 0.1417 | 0.1678 | 0.1855 | 0.2357 |
| 191        | 0.1188                                   | 0.1413 | 0.1674 | 0.1850 | 0.2351 |
| 192        | 0.1184                                   | 0.1409 | 0.1669 | 0.1845 | 0.2345 |
| 193        | 0.1181                                   | 0.1406 | 0.1665 | 0.1841 | 0.2339 |
| 194        | 0.1178                                   | 0.1402 | 0.1661 | 0.1836 | 0.2333 |
| 195        | 0.1175                                   | 0.1398 | 0.1657 | 0.1831 | 0.2327 |
| 196        | 0.1172                                   | 0.1395 | 0.1652 | 0.1827 | 0.2321 |
| 197        | 0.1169                                   | 0.1391 | 0.1648 | 0.1822 | 0.2315 |
| 198        | 0.1166                                   | 0.1388 | 0.1644 | 0.1818 | 0.2310 |
| 199        | 0.1164                                   | 0.1384 | 0.1640 | 0.1813 | 0.2304 |
| 200        | 0.1161                                   | 0.1381 | 0.1636 | 0.1809 | 0.2298 |

## Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Strategi Diferensiasi

### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 75 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | ,0    |
|       | Total                 | 75 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,881             | 15         |

### Item-Total Statistics

|         | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item_1  | 46,8667                    | 19,144                         | ,477                             | ,876                             |
| item_2  | 46,8267                    | 19,037                         | ,449                             | ,877                             |
| item_3  | 46,9733                    | 19,702                         | ,337                             | ,882                             |
| item_4  | 46,6000                    | 18,162                         | ,661                             | ,868                             |
| item_5  | 46,7067                    | 18,183                         | ,657                             | ,868                             |
| item_6  | 46,7200                    | 18,069                         | ,689                             | ,867                             |
| item_7  | 46,6800                    | 18,383                         | ,568                             | ,872                             |
| item_8  | 46,8000                    | 18,270                         | ,668                             | ,868                             |
| item_9  | 46,7600                    | 18,158                         | ,602                             | ,871                             |
| item_10 | 46,7333                    | 19,279                         | ,367                             | ,881                             |
| item_11 | 46,6933                    | 18,351                         | ,577                             | ,872                             |
| item_12 | 46,7067                    | 18,075                         | ,609                             | ,870                             |
| item_13 | 46,9600                    | 19,012                         | ,470                             | ,876                             |
| item_14 | 47,1200                    | 19,242                         | ,378                             | ,881                             |
| item_15 | 46,9067                    | 18,761                         | ,567                             | ,872                             |

## Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing

**Case Processing Summary**

|                       | N  | %     |
|-----------------------|----|-------|
| Valid                 | 75 | 100,0 |
| Excluded <sup>a</sup> | 0  | ,0    |
| Cases Total           | 75 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,945             | 21         |

**Item-Total Statistics**

|         | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| item_1  | 65,2133                    | 47,062                         | ,613                             | ,943                             |
| item_2  | 65,1733                    | 46,659                         | ,634                             | ,943                             |
| item_3  | 65,1467                    | 46,640                         | ,737                             | ,941                             |
| item_4  | 65,1333                    | 46,685                         | ,768                             | ,941                             |
| item_5  | 65,1200                    | 48,107                         | ,509                             | ,945                             |
| item_6  | 65,1733                    | 47,064                         | ,544                             | ,944                             |
| item_7  | 65,4533                    | 47,494                         | ,422                             | ,947                             |
| item_8  | 64,8133                    | 46,343                         | ,708                             | ,942                             |
| item_9  | 64,8800                    | 46,269                         | ,682                             | ,942                             |
| item_10 | 64,8000                    | 46,865                         | ,629                             | ,943                             |
| item_11 | 64,8800                    | 46,134                         | ,743                             | ,941                             |
| item_12 | 65,0667                    | 46,658                         | ,754                             | ,941                             |
| item_13 | 65,1067                    | 47,097                         | ,720                             | ,942                             |
| item_14 | 65,0667                    | 47,009                         | ,607                             | ,943                             |
| item_15 | 65,1467                    | 46,505                         | ,670                             | ,942                             |
| item_16 | 64,9467                    | 46,051                         | ,774                             | ,941                             |
| item_17 | 65,0133                    | 46,662                         | ,667                             | ,942                             |
| item_18 | 65,1200                    | 46,810                         | ,730                             | ,942                             |
| item_19 | 65,0267                    | 46,567                         | ,735                             | ,941                             |
| item_20 | 65,1067                    | 46,745                         | ,678                             | ,942                             |
| item_21 | 65,2800                    | 47,096                         | ,544                             | ,944                             |

## Output SPSS Analisis Deskriptif Responden

### Usia

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 1     | 8         | 10,7    | 10,7          | 10,7               |
| 2     | 36        | 48,0    | 48,0          | 58,7               |
| 3     | 17        | 22,7    | 22,7          | 81,3               |
| 4     | 10        | 13,3    | 13,3          | 94,7               |
| 5     | 4         | 5,3     | 5,3           | 100,0              |
| Total | 75        | 100,0   | 100,0         |                    |

### Pekerjaan

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 1     | 14        | 18,7    | 18,7          | 18,7               |
| 2     | 24        | 32,0    | 32,0          | 50,7               |
| 3     | 5         | 6,7     | 6,7           | 57,3               |
| 4     | 23        | 30,7    | 30,7          | 88,0               |
| 5     | 9         | 12,0    | 12,0          | 100,0              |
| Total | 75        | 100,0   | 100,0         |                    |

### Penghasilan

|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 1     | 20        | 26,7    | 26,7          | 26,7               |
| 2     | 23        | 30,7    | 30,7          | 57,3               |
| 3     | 22        | 29,3    | 29,3          | 86,7               |
| 4     | 10        | 13,3    | 13,3          | 100,0              |
| Total | 75        | 100,0   | 100,0         |                    |

# Output SPSS Analisis Statistik Deskriptif Variabel Strategi Diferensiasi

| Descriptive Statistics |    |         |         |         |                |
|------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| VAR00001               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,2800  | ,45202         |
| VAR00002               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,3200  | ,49756         |
| VAR00003               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1733  | ,44641         |
| VAR00004               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,5467  | ,50117         |
| VAR00005               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,4400  | ,49973         |
| VAR00006               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,4267  | ,49792         |
| VAR00007               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,4667  | ,52847         |
| VAR00008               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,3467  | ,47911         |
| VAR00009               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,3867  | ,54260         |
| VAR00010               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,4133  | ,52230         |
| VAR00011               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,4533  | ,52744         |
| VAR00012               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,4400  | ,55117         |
| VAR00013               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1867  | ,48472         |
| VAR00014               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,0267  | ,51918         |
| VAR00015               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,2400  | ,46032         |
| jumlah                 | 75 | 42,00   | 60,00   | 50,1467 | 4,60814        |
| Valid N (listwise)     | 75 |         |         |         |                |

# Output SPSS Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing

| Descriptive Statistics |    |         |         |         |                |
|------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| VAR00001               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1200  | ,49210         |
| VAR00002               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1600  | ,52091         |
| VAR00003               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1867  | ,45599         |
| VAR00004               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,2000  | ,43496         |
| VAR00005               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,2133  | ,44398         |
| VAR00006               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1600  | ,54624         |
| VAR00007               | 75 | 2,00    | 4,00    | 2,8800  | ,61425         |
| VAR00008               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,5200  | ,50296         |
| VAR00009               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,4533  | ,52744         |
| VAR00010               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,5333  | ,50225         |
| VAR00011               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,4533  | ,50117         |
| VAR00012               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,2667  | ,44519         |
| VAR00013               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,2267  | ,42149         |
| VAR00014               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,2667  | ,50225         |
| VAR00015               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,1867  | ,51184         |
| VAR00016               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,3867  | ,49027         |
| VAR00017               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,3200  | ,49756         |
| VAR00018               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,2133  | ,44398         |
| VAR00019               | 75 | 3,00    | 4,00    | 3,3067  | ,46421         |
| VAR00020               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,2267  | ,48136         |
| VAR00021               | 75 | 2,00    | 4,00    | 3,0533  | ,54260         |
| jumlah                 | 75 | 60,00   | 84,00   | 68,3333 | 7,17227        |
| Valid N (listwise)     | 75 |         |         |         |                |

## Output SPSS Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | VAR00001 | VAR00002 | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------|----------|-------------------------|
| N                                |                | 75       | 75       | 75                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 50,1467  | 70,1200  | ,0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 4,60814  | 7,05569  | 5,23347897              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,135     | ,126     | ,117                    |
|                                  | Positive       | ,135     | ,126     | ,117                    |
|                                  | Negative       | -,092    | -,081    | -,070                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | 1,166    | 1,091    | 1,014                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,132     | ,185     | ,256                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Output SPSS Uji Linieritas

ANOVA Table

|                                                |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F    | Sig. |
|------------------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|------|------|
| keunggulan_bersaing *<br>strategi_diferensiasi | Between Groups | (Combined)               | 828,095        | 18 | 46,005      | ,865 | ,620 |
|                                                |                | Linearity                | 39,123         | 1  | 39,123      | ,736 | ,395 |
|                                                |                | Deviation from Linearity | 788,972        | 17 | 46,410      | ,873 | ,607 |
|                                                | Within Groups  |                          | 2978,571       | 56 | 53,189      |      |      |
|                                                | Total          |                          | 3806,667       | 74 |             |      |      |

## Output SPSS Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis

Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,786 <sup>a</sup> | ,618     | ,613              | 4,46448                    |

a. Predictors: (Constant), strategi\_diferensiasi

Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                       | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                       | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)            | 6,987                       | 5,671      |                           | 1,232  | ,222 |
|       | strategi_diferensiasi | 1,223                       | ,113       | ,786                      | 10,862 | ,000 |

a. Dependent Variable: keunggulan\_bersaing

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NO : 001/RCSM/SKP/VI/2016

Rumah Cantik Sehat Muslimah ( RCSM ) Gedongkuning Yogyakarta,dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
NIM : 12240094  
Jurusan : Manajemen Dakwah,  
Fakultas Dakwah & Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di RCSM Gedongkuning Yogyakarta dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul " Pengaruh Strategi Differensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di RCSM Gedongkuning Yogyakarta " dengan waktu penelitian mulai dari Selasa ,6 Mei 2016 hingga Selasa,31 Mei 2016.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 1 Juni 2016

RCSM



Tiara Rizki N,ST

Head of HRD



**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
SEKRETARIAT DAERAH**

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)  
YOGYAKARTA 55213

**SURAT KETERANGAN / IJIN**

070/REG/N/778/4/2016

Membaca Surat : **WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK** Nomor : **UIN.02/DD.I/PN.01.1/874/2016**  
Tanggal : **26 APRIL 2016** Perihal : **IJIN PENELITIAN/RISET**

- Mengingat :
1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011, tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
  3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
  4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**DIIJINKAN** untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : **BUNGA AYU VALIANDRI** NIP/NIM : **12240094/MD**  
Alamat : **FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI, MANAJEMEN DAKWAH , UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**  
Judul : **PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI RUMAH SEHAT CANTIK MUSLIMAH (RSCM) YOGYAKARTA**  
Lokasi :  
Waktu : **28 APRIL 2016 s/d 28 JULI 2016**

**Dengan Ketentuan**

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan \*) dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website [adbang.jogjapro.go.id](http://adbang.jogjapro.go.id) dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website [adbang.jogjapro.go.id](http://adbang.jogjapro.go.id);
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta  
Pada tanggal **28 APRIL 2016**  
A.n Sekretaris Daerah  
Asisten Perekonomian dan Pembangunan  
Ub.  
Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Drs. Tri Mulyono, MM  
NIP. 19620830 198903 1 006

**Tembusan :**

1. GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (SEBAGAI LAPORAN)
2. WALIKOTA YOGYAKARTA C.Q DINAS PERIJINAN KOTA YOGYAKARTA
3. BUPATI BANTUL C.Q BAPPEDA BANTUL
4. WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK , UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
5. YANG BERSANGKUTAN



PEMERINTAHAN KOTA YOGYAKARTA

**DINAS PERIZINAN**

Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55165 Telepon 514448, 515865, 515865, 515866, 562682

Fax (0274) 555241

E-MAIL : [perizinan@jogjakota.go.id](mailto:perizinan@jogjakota.go.id)

HOTLINE SMS : 081227625000 HOT LINE EMAIL : [upik@jogjakota.go.id](mailto:upik@jogjakota.go.id)

WEBSITE : [www.perizinan.jogjakota.go.id](http://www.perizinan.jogjakota.go.id)

**SURAT IZIN**

NOMOR : 070/1758

3214/34

Membaca Surat : Dari Surat izin/ Rekomendasi dari Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta  
Nomor : 070/REG/v/778/4/2016 Tanggal : 28 April 2016

Mengingat : 1. Peraturan Gubernur Daerah istimewa Yogyakarta Nomor : 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.  
2. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah;  
3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Penelitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;  
4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dinas Perizinan Kota Yogyakarta;  
5. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 20 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;

Dijijinkan Kepada : Nama : BUNGA AYU VALIANDRI  
No. Mhs/ NIM : 12240094  
Pekerjaan : Mahasiswa UIN SUKA Yogyakarta  
Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta  
Penanggungjawab : Drs. Mokh. Nazili, M.Pd  
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI RUMAH SEHAT CANTIK MUSLIMAH (RSCM) YOGYAKARTA

Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta  
Waktu : 28 April 2016 s/d 28 Juli 2016  
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan  
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberikan Laporan hasil Penelitian berupa CD kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta)  
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan menaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat  
3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kesetabilan pemerintahan dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah  
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan-ketentuan tersebut diatas

Kemudian diharap para Pejabat Pemerintahan setempat dapat memberikan bantuan seperlunya

Tanda Tangan  
Pemegang Izin

BUNGA AYU VALIANDRI

Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 29 April 2016  
An. Kepala Dinas Perizinan  
Sekretaris



Drs. HARDONO  
NIP. 195804101985031013

Tembusan Kepada :

- Yth 1. Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)  
2. Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY  
3. Pengelola RSCM Gedongkuning Yogyakarta  
4. Ybs.



86

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.893/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
Tempat, dan Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 01 Juli 1994  
Nomor Induk Mahasiswa : 12240094  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

Lokasi : Giriharjo  
Kecamatan : Panggang  
Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul  
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,00 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,

**Fatimah, M.A., Ph.D.**

NIP. : 19651114 199203 2 001



# Sertifikat

NO: 119.PAN-OPAK.UNIV UIN.YK.AA.09.2012

Diberikan kepada

Bunga Ayu Valiandri

Sebagai

Peserta OPAK 2012



Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2012

yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik &

Kemahasiswaan (OPAK) 2012 dengan tema:

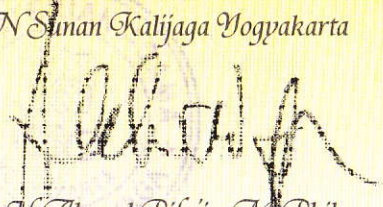
**MEMUPUK NILAI-NILAI NASIONALISME DALAM RUANG KAMPUS ;  
UPAYA MEMPERKOKOH INTEGRITAS BANGSA**

pada tanggal 5-7 September 2012 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengetahui,

Yogyakarta, 7 September 2012

Pembantu Rektor III  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Dr. A. Ahmad Rifa'ie, M. Phil  
NID 19600905 198603 1 006

Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Abdul Khalid  
Presiden Mahasiswa

Panitia OPAK 2012  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

  
Romel Masykuri  
Ketua Panitia



Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012

**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA**

# *Sertifikat*

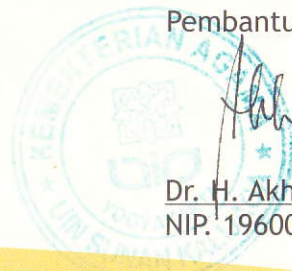
diberikan kepada:

Nama : BUNGA AYU VALIANDRI  
NIM : 12240094  
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Dakwah

**Sebagai Peserta**

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan  
**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI**  
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013  
Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012  
a.n. Rektor  
Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan

  
Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.  
NIP. 19600905 198603 1006



**LABORATORIUM AGAMA**  
**Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga**  
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

## **SERTIFIKAT**

Pengelola Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini  
menyatakan bahwa :

**BUNGA AYU VALIANDRI**

**12240094**

**LULUS**

Ujian sertifikasi Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Laboratorium Agama  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 13 Juni 2014  
Ketua

Dr. Sriharini, M.Si  
NIP. 19710526/199703 2 001



Dekan

Dr. H. Waryono, M.Ag.  
NIP. 19701010 199903 1 002



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

# شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.24.10.10016/2016

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Bunga Ayu Valiandri :

تاريخ الميلاد : ١ يوليو ١٩٩٤

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢٢ مارس ٢٠١٦, وحصلت  
على درجة :

|     |                                       |
|-----|---------------------------------------|
| ٤٦  | فهم المسموع                           |
| ٢٩  | التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية |
| ٢٢  | فهم المقروء                           |
| ٣٢٣ | مجموع الدرجات                         |

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا, ٢٢ مارس ٢٠١٦

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





## TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.24.6.13450/2016

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Bunga Ayu Valiandri**  
Date of Birth : **July 01, 1994**  
Sex : **Female**

took Test of English Competence (TOEC) held on **March 30, 2016** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

| CONVERTED SCORE                |            |
|--------------------------------|------------|
| Listening Comprehension        | 37         |
| Structure & Written Expression | 43         |
| Reading Comprehension          | 44         |
| <b>Total Score</b>             | <b>413</b> |

*Validity: 2 years since the certificate's issued*



Yogyakarta, March 30, 2016  
Director,



*[Signature]*  
Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19680915 199803 1 005



## UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
 NIM : 12240094  
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi  
 Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah  
 Dengan Nilai :

| No.                | Materi                | Nilai            |       |
|--------------------|-----------------------|------------------|-------|
|                    |                       | Angka            | Huruf |
| 1.                 | Microsoft Word        | 85               | B     |
| 2.                 | Microsoft Excel       | 70               | C     |
| 3.                 | Microsoft Power Point | 90               | A     |
| 4.                 | Internet              | 100              | A     |
| 5.                 | Total Nilai           | 86.25            | A     |
| Predikat Kelulusan |                       | Sangat Memuaskan |       |



Yogyakarta, 18 April 2016

Kepala PTIPD

Agung Fatwanto, Ph.D.

NIP. 19770103 200501 1 003

Standar Nilai:

| Nilai    |       | Predikat         |
|----------|-------|------------------|
| Angka    | Huruf |                  |
| 86 - 100 | A     | Sangat Memuaskan |
| 71 - 85  | B     | Memuaskan        |
| 56 - 70  | C     | Cukup            |
| 41 - 55  | D     | Kurang           |
| 0 - 40   | E     | Sangat Kurang    |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA

IJAZAH

SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN  
PROGRAM 3 TAHUN

Program Studi Keahlian : Tata Busana

Kompetensi Keahlian : Busana Butik

TAHUN PELAJARAN 2011/2012

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Kejuruan  
Negeri 3 Klaten ..... menerangkan bahwa:

nama : BUNGA AYU VALIANDRI  
tempat dan tanggal lahir : Bandar Lampung, 1 Juli 1994  
nama orang tua : Abdul Razak  
nomor induk : 6894  
nomor peserta : 4-12-03-18-005-233-8

LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Sekolah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.



Klaten, 26 Mei ..... 2012  
Kepala Sekolah,

Drs. Purwanto, M.Pd  
NIP. 19611109 198803 1 005

No. DN-03 Mk 0119739

DAFTAR NILAI  
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN

Nama : BUNGA AYU VALIANDRI  
 Tempat dan Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 1 Juli 1994  
 Nomor Induk : 6894  
 Nama Sekolah : SMK Negeri 3 Klaten  
 Kompetensi Keahlian : Busana Butik  
 Lama Belajar : 3 tahun

I. NILAI UJIAN SEKOLAH

| No. | Mata Pelajaran                                  | Nilai Rata-rata Rapor | Nilai Ujian Sekolah | Nilai Sekolah |
|-----|-------------------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------|
| 1   | Pendidikan Agama                                | 8,53                  | 8,40                | 8,46          |
| 2   | Pendidikan Kewarganegaraan                      | 8,53                  | 9,00                | 8,76          |
| 3   | Bahasa Indonesia                                | 7,95                  | 8,95                | 8,45          |
| 4   | Bahasa Inggris                                  | 8,48                  | 8,00                | 8,24          |
| 5   | Matematika                                      | 8,10                  | 9,25                | 8,68          |
| 6   | IPA                                             | 8,25                  | 9,00                | 8,62          |
| 7   | Ilmu Pengetahuan Sosial                         | 8,00                  | 7,50                | 7,75          |
| 8   | Seni Budaya                                     | 7,25                  | 7,50                | 7,38          |
| 9   | Pendidikan Jasmani Olahraga dan Kesehatan       | 7,82                  | 7,76                | 7,79          |
| 10  | Keterampilan Komputer dan Pengelolaan Informasi | 8,20                  | 8,20                | 8,20          |
| 11  | Kewirausahaan                                   | 7,42                  | 8,60                | 8,09          |
| 12  | Kompetensi Keahlian*                            | 8,17                  | 8,67                | 8,42          |
| 13  | Muatan Lokal                                    |                       |                     |               |
|     | a. <u>Bahasa Jawa</u>                           | 8,65                  | 8,00                | 8,33          |
|     | b. ....                                         |                       |                     |               |

Nilai Sekolah = 40% Nilai Rata-rata Rapor + 60% Nilai Ujian Sekolah

II. NILAI UJIAN NASIONAL

| No. | Mata Pelajaran      | Nilai Sekolah | Nilai Ujian Nasional | Nilai Akhir |
|-----|---------------------|---------------|----------------------|-------------|
| 1   | Bahasa Indonesia    | 8,20          | 8,60                 | 8,4         |
| 2   | Bahasa Inggris      | 8,30          | 7,40                 | 7,8         |
| 3   | Matematika          | 8,51          | 8,00                 | 8,2         |
| 4   | Kompetensi Keahlian | 8,32          | 8,92                 | 8,7         |
|     | a. Teori Kejuruan   |               | 8,50                 |             |
|     | b. Praktik Kejuruan |               | 9,10                 |             |

Nilai UN Kompetensi Keahlian = 30% Nilai Teori Kejuruan + 70% Nilai Praktik Kejuruan

Nilai Akhir = 40% Nilai Sekolah + 60% Nilai Ujian Nasional

Klaten, 26 Mei 2012

Kepala Sekolah,



Drs. Purwanto, M.Pd

NIP. 19611109 198803 1 005

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Identitas Diri**

Nama : Bunga Ayu Valiandri  
Tempat/Tgl.Lahir : Bandar Lampung, 1 Juli 1994  
Alamat : Perumahan Griya Taman Srago A 11/9, Gumulan,  
Klaten Tengah, Klaten  
Nama Ayah : Abdul Razak (alm)  
Nama Ibu : Farida Anis Maryami

### **B. Riwayat Pendidikan**

1. SD Al Kautsar Bandar Lampung : 2001-2003
2. SDN 3 Klaten : 2003-2006 (lulus tahun 2006)
3. SMPN 2 Klaten : lulus tahun 2009
4. SMKN 3 Klaten : lulus tahun 2012
5. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : lulus tahun 2016

### **C. Contact Person**

085747016374  
valiaandri@yahoo.co.id

Yogyakarta, 11 Juni 2016

Bunga Ayu Valiandri